

وفيق صفوت مختار

وسائل
الاتصال والإعلام
وتشكيل وعي
الأطفال والشباب

دار غريب
الطباعة والنشر والتوزيع
القاهرة



**وسائل الاتصال والإعلام
وتشكيل وعى الأطفال والشباب**

وسائل الاتصال والإعلام

وتشكيل وعي الأطفال والشباب

وفيق صفوت مختار

كاتب في مجال العلوم التربوية والنفسية



بطاقة فهرسة

فهرسة أنشاء النشر إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية

مختار، وفيق صفوت
وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب / وفيق صفوت
مختار - القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
١٦٦ ص : ٢٤ اسم
تدريج: ٩ - ٩٩٢ - ٢١٥ - ٩٧٧
١ - وسائل الإعلام
١ - العنوان

٠٠١,٥

الكتاب : وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب

المؤلف : وفيق صفوت مختار

رقم الإيداع : ٢٤٢٣ / ٢٠٠٨

تاريخ النشر : ٢٠١٠

الترقيم الدولي : 9 - 992 - 215 - 977 I. S. B. N.

حقوق الطبع والنشر والاقتباس محفوظة للنشر، ولا يُسمح
بإعادة نشر هذا العمل كاملاً أو لى قسم من أقسامه ، بأي
شكل من أشكال النشر إلا بإذن كتابي من الناشر
الناشر : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع
شركة ذات مسئولية محدودة

الإدارة والطابع : ١٢ شارع نويسار لا طوغلى (القاهرة)

٢٧٩٤٣٠٧٩ : ٢٧٩٥٤٣٢٤ فاكس

التوزيع : دار غريب ٣ شارع كامل صدقي العجالة - القاهرة
٢٥٩٩٧٩٠٩ ت

إدارة التصويق والتعرض الدائم { ١٢٨ شارع مصطفى النحاس مدينة نصر - دور الأول
٢٢٧٢٨١٤٢ - ٢٢٧٢٨١٤٢ ت

www.darghareeb.com

الإهداء

إلى

مريم ابنتي الحبيبة

«طالبة كلية الطب»

أغلى هبة على وجه الأرض

إلى

ريتا ابنتي الغالية

«طالبة الثانوية العامة»

أرق هدية منحني إياها الرب

!!! أهديهما ما تبقى من عُمْر وحب !!

وهيق

المقدمة

لا أحد يستطيع أن ينكر أن للإعلام المعاصر في عصر المعلوماتية دوراً حيوياً ومهماً للغاية، فهو يستطيع أن يُشكّل الوعي الفردي والجماعي بما يواجهه العالم من مشكلات مُعقدة على مختلف الأصعدة. وهو يساهم في تغيير الاتجاهات، أو على الأقل يُعدلها، كما يؤثر تأثيراً كبيراً في تنمية وعي الأطفال والشباب، سلباً أو إيجاباً.. لذا، فقد ارتأينا أن نقدم هذا الكتاب الذي هو بمثابة دراسة جادة ومثالية للتعرف على بانوراما هذه النهضة الاتصالية والإعلامية غير المسبوقة.

لقد بدأنا هذا الكتاب بالبحث في وسائل الاتصال المباشر وغير المباشر، أتبعناه بعرض لأهم وسائل الاتصال الجديدة، ثم انتقلنا لمحاولة سبر أغوار العمل الإعلامي بمعرفة: ماهيته، ووسائله، وخصائصه، ووظائفه، وأهميته، وقد أتبعناه بتقديم الإطار العام لمنظومة الإعلام في عصر المعلوماتية، ورصدنا بالقطع لأهم التغيرات التي طرأت في دور الإعلام.

وحتى تكتمل الدراسة، والتي آثرنا أن نقدمها بشكل متميز، فقد أفردنا الباب الثالث لتحليل ما يُعرف بـ"تكنولوجيا متلقى الرسالة الإعلامية".

ولمّا كنا نحرص على تقديم كل ما هو جديد في هذا المجال فقد نكلمنا بوضوح وموضوعية عن تلك الآثار التي ترتبت على تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث، كذلك الآثار: التكنولوجية والمعلوماتية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية.

أما الباب الخامس من الكتاب فقد خصصناه للحديث عن أهم التحديات التي يواجهها العرب في ظل الثورة الإعلامية الراهنة وسبل مواجهتها. ولأننا نسلم بأن هناك مشكلات جمة صاحبت وسائل الاتصال والإعلام المعاصرة، فقد أفردنا الباب السادس لعرض وتحليل هذه المشكلات والتي جاءت كالتالي: الهيمنة الغربية / الأمريكية على وسائل الاتصال والإعلام المعاصرة، تفشى النزعة المادية في اقتصاديات الوسيلة الإعلامية، مشكلة الترفيه والتسلية المبالغ فيهما عبر وسائل الإعلام المختلفة.

ثم بدأنا في الولوج لصلب الهدف محور الدراسة، وهو التركيز على توضيح الدور الذي يقوم به الإعلام في تشكيل وعى الأطفال والشباب، وكان من المنطقي أن نبدأ بالتربية، من حيث تتبع المسيرة التاريخية لها، ثم الانتقال لماهية التربية، وأهميتها، ومنظومتها من منظور معلوماتي. ثم ناقشنا قضايا الإعلام التربوي. واقعه، ومسئوليته، وأهم مشكلاته والحلول المطروحة. وأخيراً تناولنا قضية تدهور اللغة العربية من خلال ما يُقدّم في وسائل الاتصال والإعلام.

الإعلام والطفل، كان هذا هو عنوان الباب الثامن من الكتاب، وقد عرضنا فيه القضايا التالية: طبيعة الرسالة الإعلامية المقدمة للطفل، دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية للطفل، ودورها كذلك في إشباع الحاجات الأساسية للأطفال، وأيضاً مساهمتها المرجوة في رعاية الأطفال المعاقين، وأخيراً تنمية الوعي السياحي للأطفال. وفي الباب التاسع فقد قمنا بتخصيصه للتعرف على طبيعة دور وسائل الإعلام في تحصين الشباب من الأخطار التي تُحيق بهم كخطر الإباحة الجنسية، والعنف، والإدمان.

بالطبع نحن لا ندهي الكمال على الإطلاق حتى نقول إن هذا الكتاب قد جاء جامعاً مانعاً، في مادته العلمية، أو مثالياً رائعاً في منهجه وأسلوبه، لكن الذي ندعيه حقاً أننا حاولنا إعداد هذا الكتاب بمنتهى الجدية والمثابرة والموضوعية والمنهجية، وقد حاولنا أيضاً أن نأتي بكل جديد في هذا النحوص، لاسيما وأن كل يوم يأتينا بالجديد، فهل بعد ذلك نستطيع القول بأننا قدّمنا للمكتبة المصرية والعربية كتاباً مهماً، يلقي الضوء على العديد من القضايا المهمة والملحة؟ هذا ما سوف تجيب عنه الأيام، وإن كنا نتمنى ذلك، ولكن يبقى دائماً توفيق الله سبحانه وتعالى.

لمصر الغالية التي نحبا كل الأمنيات والدعوات بأن تعود سريعاً لريادتها حسب كثير من المعطيات التي نعرفها جميعاً ونمل تكرارها، كل ما نقوله: انهضى يا مصر.

والله ولي التوفيق،،،

وفيق صفوت مختار

الباب الأول
وسائل الاتصال

الفصل الأول

وسائل الاتصال المباشر وغير المباشر

تمهيد:

الإنسان - كما قيل - حيوان اتصالى، ولا تقوم للمجتمع الإنسانى قائمة دون نظام الاتصال، الذى اعتبره البعض شرطاً من شروط بقاء الكائن البشرى.^(١) وتاريخ البشرية من عصور النقش على الأحجار إلى عصور بث الأقمار الاصطناعية، يمكن رصده متوالياً مع تطور وسائل الاتصال التى تربط بين الأفراد والجماعات. ويشهد هذا التاريخ أن الاتصال كان دوماً وراء كل وفاق أو صراع، فكلاهما - كما ورد فى ميثاق منظمة اليونسكو - يشأ ابتداءً من عقول البشر هذا.. ويعتبر الاتصال أساس كل تكيف وتفاعل ثقافى وخصوصاً للطفل، وهو ضرورة لا غنى عنها، وخاصة أن الطفل يعيش حياته فى اتصالات مستمرة لا تنتهى من أجل إشباع حاجاته اليومية ورغباته المستمرة، حيث تقوم على مشاركة الآخرين لاكتساب المعارف والأفكار والخبرات التى يحتاج إليها كي ينمو عقلياً ووجدانياً.

وتتنوع أساليب وفنونات الاتصال بالأطفال، فمنها ما هو طبيعى مباشر، أى يتم بعلاقة مباشرة تتم وجهاً لوجه Face to Face Communication، ويتمثل ذلك فى علاقاته الأسرية، حيث نجد الأسرة النموذج الأول والأمثل للجماعة التى يتعامل الطفل مع أعضائها وجهاً لوجه، وتلعب بالقطع دوراً مهماً وحيوياً للعاية. وكذا علاقاته بأصدقائه وزملائه الآخرين فى سائر المؤسسات الاجتماعية الأخرى، كالحضانة ورياض الأطفال، والمدرسة، ودور العبادة، وكافة أماكن تجمعات الأطفال كنوادر الطفل وقصور الثقافة.. إلخ.^(٢)

ومنها ما هو غير مباشر، أى الذى يتم عبر ومن خلال وسائل الإعلام على اختلافها سواء كانت مطبوعة أو مقروءة كالكتب والصحف والمجلات والشرائح

(١) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم الإعلام العربى - حضراً ومستقبلاً، تونس: ١٩٨٧م، ص ٦٦

(٢) محمد معوض. إعلام الطفل، القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٤م، ص ١٢

والدوريات، والمسموعة كالإذاعة (الراديو) والتسجيلات الصوتية كالاسطوانات وشرائط الكاسيت والمسموعة والمرئية معاً كالتليفزيون والفيديو والسينما إلخ. ولكل نمط من الأنماط السابقة سمات ومزايا، فيتميز الاتصال المباشر (الشخصي) بقدرته العالية على اختيار المستقبل Receiver وإمكانية سيطرة القائم بالاتصال على العمليات الانتقائية لدى المستقبل أو الجمهور، خاصة وأن هذه العمليات تعمل على حماية الفرد وآرائه السابقة، وتجعل الفرد يعرض نفسه في أغلب الأحوال إلى ما يتفق مع اتجاهاته، ويتجنب ما يحالها. (٣)

ومنها أيضاً التعرض الانتقائي Selective Exposure، والإدراك الانتقائي Selective Perception، أو التذكر الانتقائي Selective Retention، حيث يميل الأفراد إلى التعرض إلى الرسائل الاتصالية التي توافق مواقفهم واهتماماتهم وميولهم، بينما يتجنبون بوعي أو لا شعورياً ما يخالفها، أما في حالة تعرضهم لرسائل لا توافقهم فلا يدركونها، أو يعيدون صياغتها وتفسيرها بما يتماشى مع آرائهم ومواقفهم أو ينسونها. (٤)

كما يتميز الاتصال الشخصي بالمرونة والتفاعل السريع بين كل من القائم بالاتصال والمستقبل، حيث يتم الاتصال في اتجاهين Ways Communication Two، وبالتالي فإن الموقف الاتصالي يتميز بحدوث ترجيح أثر قوى وفوري مباشر بينهما، ويكم يعوق نمط الاتصال الإعلامي، وبالتالي يتفوق الاتصال المباشر في التأثير والإقناع وبلورة التعبير، ويقوم بدور مهم في مجال تغيير المواقف والاتجاهات، بينما يتميز الاتصال الإعلامي بقدرته العاققة على نشر الأفكار والمعلومات وإشاعة المعرفة بسرعة تفوق كل تصور. (٥)

(٣) جيهان رضى الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربى، دت ١١٥ ١١٧.

(٤) Klapper J., The Effects of Mass communication, New York, The Free Press, 1960, P 19.

(٥) Everett M. Rogers, Modernization among Peasants, The impact of communication, New York, Holt, Rinehart and Winston, Inc, 1969, P 125.

أشكال الاتصال المباشر.

يقسم الباحثون والخبراء الاتصال المباشر إلى عدة أشكال، وفقاً لمعايير تختلف باختلاف منظورهم الفكري، فهناك للتأثير الشخصي بأشكاله المتعددة كتأثير الأسرة والأفراد الذين يتمتعون بالتأثير والنفوذ والشخصيات التي تؤثر في الدوق العام^(٦)، كالمثقفين، ورجال الدين، وذوى المناصب، وأصحاب الخبرة والتجارب، وكبار السن، والحكماء، وبعض الفئات المهمة على الرغم من انحصار مستواها المعرفي أو الثقافي كالقابلة (الدابة).^(٧)

وهناك أشكال أخرى تعتمد على التراث الذي يتم نقله بواسطة أساليب الاتصال التقليدية في المجتمع كالعادات والتقاليد والمعارف والمعتقدات والآداب والفنون الشعبية، ومنها المسرح الشعبي، ومسرح العرائس، وخيال الظل والأراجوز، وفرق الغناء والإشاد أو الرقص الشعبي، وحلقات الذكر والرار، وكذلك المناسبات المهمة والخاصة، كالأفراح في المجتمعات الريفية أو الصحراوية، وفيها تظهر أعلى درجات المشاركة والتكامل الاجتماعي كالأزواج والميلاد والسبوع والحتان والمآتم أو الكوارث التي تلم بأبناء الريف والبدو. أما الشكل الأخير فيعتمد على التجمعات الجماهيرية المنظمة وغيرها، والتي تتم في مناسبات وطنية مهمة أو دينية أو موسمية بصفة متكررة، وفي مواعيد محددة، وبشكل عشوائي، أو منظم كما في الأسواق والموائد والمناسبات والأعياد.^(٨)

من جهة أخرى يكون التأثير الشخصي اتصالاً بين فردين Inter Personal أو بين شخص ومجموعة أشخاص، ويُعرف بالاتصال الجمعي Group، أو بين مجموعات من الناس، وهكذا تتعدد أشكال الاتصال أو التأثير الشخصي.

(٦) Everett M. Rogers, Diffusion of Innovation, New York, The Free Press, 1962, P. 209.

(٧) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٥.

(٨) سمير حسين الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام، القاهرة مطابع سجل العرب، ١٩٨٤م، ص ١٠٥ - ١١٧ (بصرف).

ضرورة التكامل بين الاتصال المباشر وغير المباشر،

تؤكد نتائج البحوث والدراسات أن أقوى وأنجح أساليب التأثير في الفرد هي التي تجمع بين الاتصال المباشر الذي يعتمد على التأثير الشخصي وكلمة الفم من مصدر موثوق به، وذلك وجهاً لوجه، وبما يقلل من عوائق المقاومة، أو النفور وعدم الاهتمام.^(٩) والاتصال غير المباشر عبر ومن خلال وسائل الإعلام، والتي تتميز بقدرتها على إشاعة المعرفة، وزيادة الدراية بالأفكار، وتتميز حملاته الإعلامية الناجحة في مجال ثقافة الطفل في الدول المتقدمة بأنها تجمع بين أكثر من أسلوب أو وسيلة. وتعددت البحوث والدراسات حول مدى تأثير مختلف أساليب ووسائل الاتصال على اختلافها في التأثير على الفرد، وتشير نتائجها إلى أنها تختلف في التأثير والإقناع من مهمة إلى أخرى، وفقاً لموضوعاتها وهدفها، وطبقاً للظروف البيئية المحيطة بالطفل نفسه، هذا بالإضافة إلى شخصية الأسلوب أو الوسيلة وقدرتها على تقديم مضمون ينسجم بالواقعية والحيوية، وبما يريد من درجة وقوة تأثيرها، مما يدعونا إلى أن نؤكد على أهمية التكامل بين وسائل وأساليب الاتصال التي نستخدمها في توصيل الثقافة إلى الطفل ونشئته، وبما يعاون في تشكيل الشخصية المتكاملة نفسياً واجتماعياً وثقافياً. إلح. وحتى تكون برامجنا الاتصالية وخاصة في هذا الوقت الذي يلقي فيه الطفل في بلادنا اهتماماً بالغا من جميع الأجهزة والمؤسسات، وعلى مختلف المستويات، هادفة إلى تحقيق النمو السليم والمتكامل للطفل المصري والعربي عقلياً ووجدانياً واجتماعياً ونفسياً وحركياً، وبطريقة واعية ومدروسة، لأن ما يكتسبه الطفل في سنوات عمره الأولى من معارف وأفكار ومعلومات وخبرات ومهارات واتجاهات وعادات ومثل يؤثر في تكوين شخصيته بدرجة يصعب تغييرها أو تعديلها فيما بعد.^(١٠)

(٩) المرجع السابق، ص ٩٦، ٩٧.

(١٠) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٥.

نوادي الاستماع والمشاهدة ودورها في تكامل أساليب الاتصال،

تؤكد الدراسات الإعلامية على ضرورة مشاركة برامج الأطفال في المدارس، والأندية، ومراكز ثقافة الأطفال، وخدماتهم، ومكتباتهم، بصورة حقيقية في برامج الإذاعة والتليفزيون، حيث يساعد ذلك الطفل على متابعتها؛ لأنه يجد فيها داته، وتعتبر من عوامل التشويق فيها.

من جهة أخرى تؤكد على دور حلقات مناقشة الأطفال مع بعضهم البعض، ومع الكبار لبرامجهم الإذاعية والتليفزيونية وأعلامهم السبائية بعد الاستماع إليها ومشاهدتها، ثم منحهم فرصة مناقشة الأفكار والمعلومات والفصايا التي تقدمها، أو المتصلة بها، لتعرف على وجهات نظرهم وآرائهم فيها، بعمق تأثير الوسائل ذاتها، لأن مشاركة الأطفال بالرأى والمناقشة يؤديان إلى شعورهم بالرصا، وبشعر اهتماماتهم بموضوعات البرامج أو الأعلام، وبالتالي يجعل الاستعادة منها شيئاً ممكناً، وعالياً ما يؤدي ذلك إلى قرارات جماعية فيما بينهم، وطبيعى فإن هذه القرارات تكون أكثر إقناعاً من القرارات التي تُبنى على وجهة نظر فردية، وهذا ما أكدته سيل^(١١) من أن استخدام وسائل الإعلام، ومنها الإلكترونية مقترنة بالاتصال أو التأثير الشخصى فى إيقاع معين يؤدي إلى إحراز التغير فى سلوكيات الفرد^(١٢)

من جهة أخرى يقوم بشدوس وتسجيل حصيلة المناقشات والآراء والمقترحات وكل وجهات نظر الأطفال الخاصة ببرامجهم، أو أعلامهم، ويمكن إرسالها إلى القائمين بالاتصال فى الإذاعة والتليفزيون.. إلخ، وبالتالي توفر لهم ما يُعرف بـ"رجع الصدى"، ويمكن من طريقها ربط اهتمامات الأطفال بالبرامج، وبالتالي يمكن تحقيق المشاركة، وتعميق التفاعل نحو التأثير الأمثل المستهدف والمقصود.

(١١) المرجع السابق، ص ٢٧

الفصل الثانى

أهم وسائل الاتصال الجديدة

شهدت وسائل الاتصال ثورة تقنية عارمة جعلتها تتبوأ المكانة المرموقة في اهتمام الإنسان الساعى إلى تحرر وإسراع أكثر في حياته. وسوف نستعرض في هذا الفصل من الكتاب هذه الوسائل استعراضاً وافياً - قدر الإمكان - دون الإغراق في تفاصيل علمية أكثر من اللازم.^(١)

١ - الاتصال بالألياف البصرية،

عُرف هذا النوع من الاتصال نظوراً سريعاً، فقد اقترح استعمال الألياف البصرية في الاتصالات أول مرة في عام ١٩٦٦م من القرن المنصرم وكانت أول ليفة استعملت في عملية الاتصال من صنع شركة «كوربنج» الأمريكية للزجاج، وذلك في عام ١٩٧٠م. وكانت هذه المبادرة إيذاناً بميلاد صناعة متطورة في كل من: الولايات المتحدة الأمريكية واليابان وبريطانيا وألمانيا وفرنسا التي قفز بها طلب قطاع البريد والمواصلات من هذه الألياف من ١٠٠٠ كيلو متر في عام ١٩٨١م إلى ٥٠٠٠ كيلو متر في عام ١٩٨٢م، فسجلت بذلك زيادة قدرها خمسة أضعاف خلال سنة واحدة، في الوقت الذي سجلت فيه الدول المتطورة الأخرى النسبة نفسها أو أكثر. وتعد سنة ١٩٧١م فترة التجارب الأولى للاتصال بالألياف البصرية على مسافة طويلة.

تعريف الألياف البصرية:

الألياف البصرية عبارة عن خيوط من «المبلس» الرقيقة الشبيهة بالشعيرات، تستخدم كحوامل لموجات كهرومغناطيسية تطبق قوانين الانتشار

(١) لمزيد من الدراسة المستنيرة في هذا الموضوع يمكن مطالعة هذه المراجع

• أحمد بيوض وسائل الاتصال والإعلام الجديدة، مجلة الفيصل، العدد ١٠٠، دار الفيصل الثقافية،

سبتمبر / أكتوبر ١٩٩٥م، العدد: ٢٢٧

• فرسيس بال وسائل الإعلام والدول المتطورة، ترجمة حسين العودات، المنظمة العربية للتربية والثقافة، ١٩٨٣م.

• إبراهيم إمام الإعلام الإلكتروني، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٩م

• لودويج واكير مقدمة إلى وسائل الاتصال، ترجمة: وديع غلطي، القاهرة: مطبع الأهرام التجارية،

١٩٨١م

الصوتية المكتشفة من طرف «ماكسويل» في القرن التاسع عشر. هذه القوايين تبين بأنه تبعاً لهذه الأحجام، تظهر تعددية أنماط الانتشار للطاقة في الحامل.

أنواع الألياف البصرية:

يوجد نوعان من الألياف البصرية: الألياف الوحيدة الاستعمال، والألياف المتعددة الاستعمالات، وهذه الأخيرة هي الأكثر استعمالاً

وظائف الألياف البصرية:

الألياف البصرية تسمح - وبطريقة مختلفة - بنقل الصور المتحركة والمعطيات المعلوماتية والبرامج الصوتية من المرسل إلى المستقبل والعكس، فكمية المعلومات المنقولة تفسس من الآن فصاعداً، إضافة إلى الفائدة الاقتصادية، نمطاً جديداً من الاتصال.

فقد تم تجهيز الكثير من المراكز الهاتفية في الدول المتطورة بهذا النمط من الاتصال. والألياف البصرية هي العامل الذي لا بد منه لإقامة نظام الاتصالات الهاتفية المرئية. فمن دونه لن يكون ممكناً لشخص ما أن يتكلم مع آخر في الهاتف ويراها عند التحدث إليه، ومن دونه أيضاً لن يكون ممكناً التقاط محطات السك التليفزيوني التي لا تعتمد على نظام اتصالات فضائية تغطي المنطقة التي يقيم فيها المشترك.

خدمات الألياف البصرية:

لا شك فإن الخدمات التي يقدمها نظام الاتصال بالألياف البصرية كثيرة ومتعددة، مما يجعل جهاز الهاتف المرئي (الفيديو فون) شبه حاسب آلي، أي أنه يصبح هاتفاً متطوراً يملك ذاكرة يمكن ملؤها بأرقام كثيرة نهم المشترك، إضافة إلى ذلك تقوم شاشة الهاتف المرئي مقام جهاز المعلومات، وبوساطة لوحة الأزرار التي زودت بها الشاشة يمكن الاتصال بالبنوك لمعرفة كشف الحساب المصرفي وإجراء حجوزات السفر التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر، إضافة إلى بنوك المعلومات المتعددة الوظائف والاستخدامات.

وبتتيح نظام الاتصال بالألياف البصرية أيضاً ربط المشترك بعدد كبير من المحطات التليفزيونية، ويتوقف عدد هذه المحطات على رغبة المشترك نفسه، فهو الذى يُحدد المحطات التى له رغبة الاشتراك فيها، وتستطيع حيوط الألياف البصرية بعصل دقتها نقل ١٥ قناة تليفزيونية فى آن واحد، وهى إماكن المشترك بالطبع اختيار واحدة من القنوات لمشاهدة برنامج دون آخر، كما تتيح الشبكة للمشارك الاشتراك فى قنوات البث الإذاعى المتعددة.

٢ - من تلفزة القمر الاصطناعى إلى تلفزة الكابل التفاعلى:

الاتصال عبر الأقمار الاصطناعية للاتصالات «الساتليت» أصبح تقليدياً بعد ماضى أكثر من أربعين عاماً على أول نقل تليفزيونى عالمى شهده العالم للألعاب الأولمبية التى تم نقلها فى عام ١٩٦٤م من القرن المنصرم من مدينة «طوكيو» العاصمة اليابانية عبر القمر الاصطناعى المسمى «تليستار» Telesat. ومنذ هذا التاريخ اكتظ المدار بالأقمار الاصطناعية للاتصالات الموضوعة على بعد ٣٦ ألف كيلو متر من الأرض.

وهذه الأقمار الاصطناعية أحدثت ثورة وسائل الاتصال والإعلام بتقديمها خدمات جلييلة لم يشهدها الإنسان من قبل، ومنها:

- ١ - تغطية عاجلة وكاملة لمناطق جغرافية واسعة.
- ٢ - إماكن القضاء على المسافات البعيدة، واحترق الحواجر الطبيعية كالجبال والمحيطات.
- ٣ - مرونة استعمال ووضع محطات ربط أرضية حسب الحاجة.
- ٤ - تحقيق كلمة تنافسية وفق المساحة والحاجة، مع الكفاءة الشامة عبر سنوات من الاستعمال.

ومن المهام التى تقوم بها الأقمار الاصطناعية للاتصالات: استخدام الهاتف والتلكس، استخدام التلفزة - الطابعة، توزيع قنوات الإذاعة والتليفزيون، النقل المباشر لبرامج التليفزيون، الربط بين المحطات المتحركة

والوصعية الممتازة للقمر الاصطناعي في مداره الثابت تسمح لكل المحطات الواقعة في منطقة تغطيته بالاستفادة من خدماته. هذه الخدمات متعددة الجوانب هي من صميم نظام الاتصالات بالأقمار الاصطناعية، بالإضافة إلى أن هذه الوصعية الممتازة للقمر تجعل منه وسيلة ناجحة للاتصالات فيما بين مختلف المستخدمين المشتتين، وغير المرتبطين بالشبكات التقليدية، كالقفل المباشر لبرامج التليفزيون، بالإضافة إلى الاتصالات مع الأهداف المتحركة، كالبرواجر والطائرات.. إلخ.

ووضع نظام اتصال بالأقمار الاصطناعية للاتصالات يستلزم توفير العناصر التالية:

- ١ - القمر: ويشكل النقطة المركزية في الشبكة، ومن مهامه ربط الاتصالات بين مختلف نقاط الأرض لضمان فعالية عالية، وعادة ما يتم وضع قمرين في المدار، واحد يشتغل ويعمل، والآخر للسجدة
- ٢ - المحطات الأرضية. وهي الرابط فيما بين الشبكة الأرضية المستعملة للنظام والقمر، حيث إن هذا النظام نفسه يسمح بالقيام باتصال فيما بين عشرات أو مئات المحطات، وحتى الآلاف إذ تعلق الأمر بالث مباشر لبرامج التليفزيون.
- ٣ - مركز المراقبة: ويسمح انطلاقاً من الأرض بتسيير القمر الاصطناعي الموضوع في المدار بواسطة اتصالات تليفزيونية تحصى القياس والإدارة والتمركز.
- ٤ - المُرسلون: وهي الجهات التي تضمن وضع الأقمار في مدارها سواء كانت دولاً أم شركات.

أما إذا تحدثنا عن الاتصال بالكابل فنقول إن الصورة التي تُعرض على شاشات التليفزيون الصغيرة العادية أصبحت تأتي اليوم من مصدر تأكد في العديد من الدول المتطورة أنه حقق إزدهاراً واسعاً في ميدان الاتصال والإعلام،

إنه كابل التليفزيون، هذا الكابل يتكوّن من موصل قطره صغير من الداخل، وموصل قطره كبير من الخارج، ويوفر مجالاً كهربائياً يسهماً كما أنه مُعطى من الخارج بعلاف خارجى لوقايته من أى مؤثر غير مرغوب فيه ويمكن لهذا الكابل أن ينقل إشارات كهربائية ديدبتها صفر (التيار المباشر)، كما يمكنه أن ينقل إشارات التليفزيون التى تتراوح ديدبتها ما بين ٤٠ و ٢٠٠ مليون ديدبة فى الثانية. ولما كانت الإشارة التليفزيونية تتطلّب حرمة عرصها ٦ ملايين سيكل فى الثانية، فإن الكابل يستطيع أن ينقل ٤٠ قناة تليفزيونية، وإن كانت ثمة اعتبارات تجعل السعة ٢٠ قناة فقط.

ولما كان الكابل هو الذى يقوم بكل المهمة، وهى نقل الإشارة من مصدرها إلى الجهاز الذى يستقبلها، فلا بد من وجود اتصال مادى بين مصدر الإرسال، وهو مركز الشبكة، وكل مستقبل أو مشترك فيها، فيمتد الحط الرئيسى من الشبكة الأم التى تتفرّع عنها خطوط تغذية على مسافات تتراوح ما بين ٧٥ و ١٥٠ قدماً، ثم تخرج العروق التى ترتبط بمناشب متصلة بأجهزة الاستقبال المرلى حيث يتم استقبال كل إشارة ترسلها المحطة للمشارك فى شبكات الكابل

والجدير بالذكر أن شبكات كابل - التليفزيون هذه ستمكّن من توزيع الكوابس على المنازل، وهذا لتمكيها من التقاط قنوات التليفزيون والبرامج الخاصة ومعطيات بسوك المعلومات وكذا الهاتف المرئى (الفيزيوفون)، وباختصار تُمكن المشتركين من استخدام الحطوط الهاتفية المختلفة والموجات الهيرتزية لالتقاط البرامج الإذاعية والتليفزيونية، وكذا معطيات أجهزة الكمبيوتر الإلكترونية.

هذا، وتجرى فى السنوات الأخيرة بالبلدان المتطورة عملية مراوطة الاتصال بالقمر الاصطناعى مع الاتصال بالكابل التفاعلى العامل بالألياف البصرية، إذ يمكن، كما هو معروف، التقاط برامج التليفزيون المرسله بالقمر الاصطناعى

بواسطة هوائيات مقعرة موصوعة على أسطح البنايات. هذا الهوائيات المختلفة الأحجام يجرى تصغيرها أكثر فأكثر حتى يتسنى للمشاهد وضعها فوق جهازه التليفزيونى فى داخل منزل المشترك.

لقد استثمرت شركة الاتصال التليفزيونى (T.C.I) Tele - Communication Inc. أحد عشر مليار فريك فرنسى فى الألياف البصرية فى الأربع سنوات الواقعة بين ١٩٩٣م، و ١٩٩٦م. وتعد شركة «تايم - وورنر» Time - Warner ثانى شركة فى الولايات المتحدة الأمريكية من حيث الاستثمار فى شبكات الكابل - التفاعلى العامل بالألياف البصرية، كما أن هناك شركة الهاتف لعرب الولايات المتحدة US West التى استثمرت ١٣,٥ مليار دولار فى شركة «تايم - وورنر»، وهى شركة تابعة لمجموعة شركات تلفرة - الكابل لجعل الكوابل تشتغل بالألياف البصرية أى تطبيق «التفاعلية» بين المشاهد والبرامج المقدمة له. وهذه البرامج المقدمة للمشاهد تتم نظير رسم يدفعه المشترك فى شبكات الكابل التفاعلى، مقابل الخدمة المقدمة له.

٢ - من التليكس إلى التليكس

إن استعمال التليكس كآلة إلكترو - ميكانيكية يعود إلى الحرب العالمية الأولى. هذه الآلة تعمل بجهازين واحد للإرسال والآخر للاستقبال محدودة القدرة، أي أنها ترسل ٦ إلى ٧ حروف فى الثانية، ومع ذلك فقد استجابت لمتطلبات مرحلة معينة لم يكن الإلكترونيك فيها متطوراً، أى أنه كان يرسل النص باستعمال شريط الورق سواء كان المثقوب أو العادى لأنه كان النوع الوحيد المستعمل آنذاك، ولما تطور الإلكترونيك، أصبح الإرسال يتم من ذاكرة إلى ذاكرة، أى من تليتكس مرسل إلى تليتكس مستقبل مع إمكان طبعها على الورق العادى، ورقة، ورقة، حيث يتم نقل ٢٤٠٠ وحدة (بيت) فى الثانية أى ٥٠ مرة نظرياً و ٢٠ مرة عملياً أسرع من التليكس، الأمر الذى سهّل من عملية نقل النصوص

بالورقة، بل وحتى عملية استئصالها من بُعد، كما يمكن للتليتكس أن يُقدم خدمات أخرى، يقول «جيرلر إيمى» و «أنون شوارتران»: إن إمكانيات استخدام التليتكس تكمن فى ثلاثة اتجاهات مختلفة تتعلق بخدمات متممة للتليفزيون أو بخدمات مستقلة تحصى الجمهور أو حتى بخدمات نوعية:

أولاً: الخدمات المتممة للتليفزيون: وهى موجهة أيضاً للمشاهد نفسه لتحسين نوعية الخدمة التى تقدمها له البرامج وسعتها. فالكتابات التى تراقب الصور المباشرة يمكن أن تُغير كلياً نشاط التليفزيون بالنسبة للمشاهدين الذين يعانون من معوقات لغوية أو مرضية كالصمم، فإمكانية اختيار حجم الحروف التى تظهر مع الصور، يمكن أن يهتم أيضاً بعض المصممين بحيث يسمح بتكبيرها، كما يسمح بمتابعة برنامج كان قد بدأ، ذلك لأنه يستطيع أن يعطى ملخصاً دائماً للأحداث التى سبقت، هذا إلى جانب استطاعته تقديم ملخصات للأخبار أو لنتائج المسابقات الرياضية.

ثانياً: الخدمات المستقلة: يقوم التليتكس فى هذا الشأن بتقديم العديد من الخدمات سواء على المستوى الوطنى أو الإقليمى، وهذا فى ميدان التجارة أو الصحة أو الزراعة.. إلخ، حيث يمكن التجار مثلاً من معرفة الأسعار والبورصات والعقارات وفى ميدان الصحة مثلاً يمكن المهتمين بالبحث عن دواء نادر أو الحصول على نصائح وإرشادات طبية، أو معرفة الصيدليات المناوبة وغيرها من الخدمات.

ثالثاً: الخدمات النوعية: يستطيع التليتكس تقديم خدمات نوعية لشريحة اجتماعية معينة أيضاً مثل: تقديم فرص الشغل فى سوق العمل لشريحة المتعطلين، أو المساهمة فى تطوير البرامج الثقافية الخاصة التى تستخدم لنص والصورة.. وغيرها من الخدمات.

٤ - من الفيديو إلى الفيديو تكس:

حيث دخل الفيديو مجال الاستعمال فى السبعينيات من القرن العشرين، لم يعرف تطوراً كبيراً سوى ابتداء من عام ١٩٧٥م بعد ظهور «الحانيتو سكوب» والواقع أن الفيديو هو جهاز متمم للتليفزيون عن طريق استعمال أشرطة الفيديو كاسيت التى تحمل أفلاماً ومواد إعلامية أخرى. ولم يتوقف تطور هذه الأجهزة عند هذا الحد، بل تعداه بظهور الفيديو دسك فى نوفمبر من عام ١٩٧٨م الذى يتمتع بميزات الفيديو كاسيت عدا ما يتعلق بالتسجيل، إلا أنه يافسه من حيث السعر إذ يقل عنه بحمس مرات، ومن حيث سهولة إبطاء ووقف الصورة. وما إن مرت سنوات قليلة حتى ظهر الفيديو تكس الذى ينقل بشكل رقمى الصور على شاشة التليفزيون ويمكن لهذا الجهاز الاتصال بسوك الصور وكذا الفيديو والاسطوانات الإلكترونية فى إطار شبكات الاتصال بالفيديو.

إن الفيديو تكس جاء ليكرس إلى جانب التليكس عملية الاتصال ونقل الصور فيما بين المرسل والمستقبل. وقد أعطى استعماله نتائج مشجعة نسبياً بمستقبل زاهر لحقل الاتصال والإعلام.

٥ - الشبكة المتعددة الخدمات:

إن طموح المشغليين فى الحقل المعلوماتى هو تطوير شبكة متعددة الخدمات تجمع جميع الشبكات فى شبكة واحدة، مع إدماج كل الخدمات المسيرة بشكل مخالف سواء منها الصور الثابتة أو المتحركة، وكذا الأصوات سواء منها الهاتفية أو البرامج الصوتية، علاوة على المعطيات كتبادل المعلومات بين أجهزة الكمبيوتر أو التليكس أو حتى الفيديو تكس هذه الاستراتيجية تسمح بالجمع بين التقنية البصرية والإلكترونية، وكذا تقنيات النقل الرقمى بلا كلام، هذه الشبكة تدمج الهاتف بالمعطيات المعلوماتية لتمنح المشتركين خدمات جديدة بواسطة التليماتيك Telematique.

الباب الثاني
وسائل الإعلام

الفصل الأول

الإعلام .. ماهيته .. وأسايب تكامله

ماهية الإعلام:

الإعلام في اللغة يعنى الاطلاع على الشئ فيقال أعلمه بالخير، أى أطلعه عليه ومعناه فى المصطلح الدارج هو اطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليهم عن طريق وسائل متخصصة بذلك، فيفعل كل ما يتصل بهم من أخبار ومعلومات تهمهم، وذلك بهدف توعية الناس وتعريفهم وخدمتهم بأمور الحياة^(١)

والإعلام، كما يعرفه العالم الألمانى «اتوجروت» هو: التعبير الموضوعى عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها فى الوقت نفسه^(٢)

ويقول علماء آخرون إن الإعلام هو: المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر كافة طرق التعبير التى تصلح للتعامم المتبادل^(٣)

بيما يرى البعض الآخر أن الإعلام هو: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعد على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.^(٤)

أما المفهوم الأكاديمى المحض للإعلام فهو: توصيل حقائق بالصدق وتقديم معلومات مجردة للجماهير.^(٥)

وباستعراض هذه التعريفات للإعلام، وبالنظر إلى التطبيقات والتجارب الإعلامية يمكن أن نخلص إلى تعريف شامل للإعلام كما ذكره الدكتور «سمير حسين» وهو كالتالى:

(١) حواس محمود أثر وسائل الإعلام على الطفل، مجلة التمجى، السعودية، جمادى الأولى ١٤٢٥هـ، ص ٤٣

(٢) ساعد العرابى المحارثى مسئولية الإعلام من تأكيد الهوية الثقافية، السعودية، أكتوبر ١٩٩٨م، كتيب المجلة العربية، المجلد: ١٨، ص ٧

(٣) المرجع السابق، ص ٧، ٨.

(٤) السابق، ص ٨.

(٥) نفسه، ص ٨.

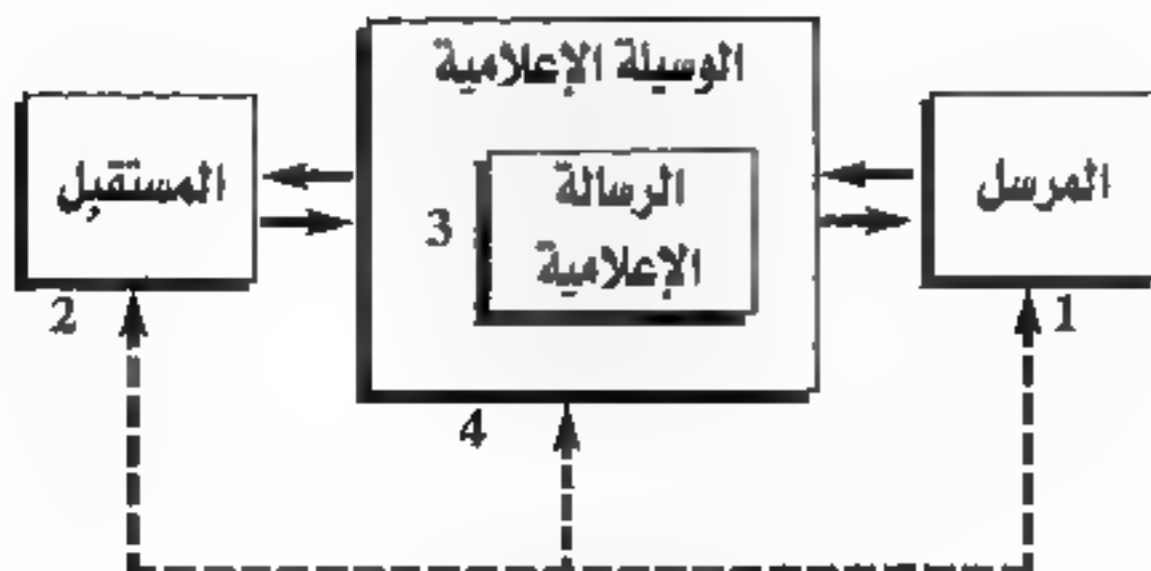
الإعلام هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف ترويض الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والاحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والمعلومات، وبما يساهم في تكوين الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة.^(٦)

النظام المتكامل للإعلام،

على الرغم من أن الإعلام مجال له محتواه ممن يجيدون النظر والتطبيق وتحليل الواقع ثم قياس الآثار والنتائج إلا أنه كالبوتقة التي تنصهر فيها الآراء والأفكار المختلفة من الجمهور المتأثر به والمؤثر فيه. والإعلام المقصود ليس مجرد عملية إخبار ونشر معلومات، ولكنه يشمل الدعاية والإعلان سواء في المجال التجاري التسويقي أو في المجال الفكري الأيديولوجي، أو فيما يتعلق بالسلوكيات ومضاميسها الأخلاقية.

وللإعلام أهمية قصوى في المجتمعات الحديثة، ولذا سُمي عصرنا الحالي (عصر الإعلام)، حيث تساهم المؤسسات الإعلامية من خلال وسائلها المتنوعة في تحقيق الأهداف المختلفة للمجتمع وقد يؤدي الإعلام - دون قصد - إلى إعاقة تحقيق تلك الأهداف حين يتعارض الهدف الإعلامي مع مضمون الرسالة الإعلامية، فالإعلام نظام متكامل يتكون من أربعة عناصر تتفاعل مع بعضها لتحقيق أهدافه، والشكل التالي يمثل هذه العلاقة:

(٦) فتحى الإيبارى نحو إعلام دولى جديد (دراسات إعلامية معاصرة)، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨م، ص ١٦.



شكل رقم (1)

وهذه العناصر تمثل الأسئلة التالية:

- مَنْ؟ (المرسل).
- لِمَنْ؟ (المستقبل).
- ماذا؟ (الرسالة الإعلامية)
- كيف؟ (الوسيلة الإعلامية)، التي تُفسّر عملية الاتصال بين المرسل والمستقبل عبر الرسالة الإعلامية باستخدام الوسيلة الإعلامية، وحين يسأل المرسل اختيار أو استخدام الرسالة أو الوسيلة فإن ذلك يعوق تحقيق أهدافه المقصودة، ولكن ليس بالضرورة أن يكون العكس صحيحاً، فجودة الاختيار والاستخدام لا تعنى حتمية التأثير.^(٧)

(٧) لولوه حمد العليان. سيكولوجية الإعلام بين التمير والتحصين، المجلة العربية، السعودية، جمادى الآخر ١٤١٦هـ، العدد: ٢٢١، ص ٥٦.

الفصل الثاني

أهم وسائل الإعلام

للإعلام وسائل تُعَيِّنه على تحقيق معناه فى المجتمع تُسمى وسائل أو أجهزة تؤدي دورها فى إعلام الجمهور، فنشغل إليهم المعلومات والأخبار وغيرها، وأبرز هذه الوسائل هى:

١ - الوسائل السمعية،

حيث تعتمد على حاسة السمع فى إيصال المعلومات والأخبار والحقائق التى يراد إعلام الناس بها، وهى من أكثر الوسائل شيوعاً فى حياة الإنسان حيث كان الرواة قديماً من الحملة يقومون بهذا الدور، ورواية ما يحفظون فيستمع إليهم الجمهور ويطلعون على ما يقولونه فيعلمون هذا المحفوظ من الرواة

وتشمل الوسائل السمعية الندوات والمحاضرات والمقابلات، ومنها وسائل سمعية حديثة العهد، حيث إنها وليدة القرن العشرين، كالمذياع (الراديو) والتسجيلات الصوتية كالشرائط والاسطوانات، وتتميز بسرعة الانتشار والتوصيل، تسعى إلى الفرد فى أى مكان على ظهر الأرض، وتلاحقه طوال ساعات النهار والليل بقوة الموجة التى تحكمها، كما تتخطى الحواجز والحدود الطبيعية أو السياسية وغيرها لتخاطب الطفل ببرامج متنوعة، ومتباينة، أساسها البساطة والتشويق، ترتبط فيها الكلمة المداعة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية بطريقة لا يمل الطفل من سماعها، ولا تحتاج إلى جهد منه، وهى أسهل الوسائل استخداماً، وأقلها تكلفة، فلقد أظهرت التجارب أن المواد السهلة التى تُقدَّم بالوسائل السمعية يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة، كما أنها تختار يتسرع وتجدد حداثتها، وتعمل على إذكاء خيال الطفل، الذى يُعتبر أهم العناصر الجوهرية والضرورية فى تعليم الطفل، ونقصها التعليم بمعناه العام مثل اكتساب المعلومات والخبرات ومدى الاستفادة منها، وأفضل برامجها التى تخدم الطفل والتى تستخدم الشكل القصصى فى كل ما تقدمه للطفل، ويعتبر تراث مصر القديم موطن القصة القصيرة كما يشير العلماء، كما أن مصر هى صاحبة أول

مسرحية فى أداب الدنيا وهى مسرحية منفى، التى يحتفظ بها متحف لىدن والنس سجلت قبل الدراما اليونانية بنحو ثلاثة آلاف سنة (كتبت عام ٣٤٠٠ ق.م) كما عرفت أداب السخرية، وفى الأدب المصرى القديم صور متعددة تفوق فى قيمتها وعددها ما حلفته الأمم التى عاصرت المصريين من آثار أدبية.^(١)

والأشكال القصصية كثيرة ومتنوعة، وقد تُقدّم كاملة فى حلقة واحدة، أو سلسلة نداع على حلقات متتابعة، وقد تكون سرديّة، أو على شكل محاورات، أو مذكرات يرويها صاحبها، وتدور عادة حول البطولة والمغامرة، أو على الحبال العلمى، أو الأحداث التاريخية، أو على مآثورات التراث العربى الحافل بالآثار والقيم، أو البوليسية التى يكون محورها المبحث عن الحقيقة أو الجاسى، أو الحرافات والأساطير أو الحيوان، وكذا قصص الرأى والحيلة، والقصص الواقعى، أو القصص الشعبى، والفكاهات، والقصص العلمية، وقصص المستقبل .. إلخ، مع مراعاة أساليب التشويق، وسلسلة المادة المذاعة، وكذلك مدى ماسبنتها للمرحلة العمرية التى تحاطبها بهدف تزويدهم بقدر من المعارف عن البيئة التى يعيشون فيها، وإشباع رعبتهم فى المعرفة وحب الاستطلاع، وتدريبهم على شئون حياتهم اليومية، وتوجيههم إلى الاتجاهات والقيم والعادات السليمة التى تضمن صلاح أحوالهم باستمرار وتكوين ضمائرهم وتسمية حيالاتهم، وإدخال السرور والبهجة إلى نفوسهم، بالإضافة إلى تحقيق المريد من الأهداف الأخرى التى تحقق تكوين الشخصية المتكاملة وترتفع بمستواهم إلى مستوى العصر، وإعدادهم لمواجهة عالم الغد بما فيه من مستحدثات^(٢)

ومن جهة أخرى تُقدّم برامج الأطفال الأعانى والأنشيد والمسابقات والألعاب التى تسترعى انتباه الأطفال وتثير اهتماماتهم، وهنا يود أن يشير إلى أن

(١) نعمت أحمد فؤاد ثقافة الطفل فى وسائل الإعلام، القاهرة: مركز دراسات الطفولة جامعة عين شمس، مؤتمر ثقافة الطفل فى وسائل الإعلام، يناير ١٩٨٥م، ص ٢، ٣.

(٢) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ٢٤ (تصرف).

اللُّعْب هو أنفاس الحياة المُتجدِّدة للطفل، وليس مُجرَّد طريقة أو أسلوب لشغل الفراغ، فالأطفال يكشفون عن أنفسهم بشفافية كبيرة أثناء اللُّعْب، فهم لا يلعبون عن قسْر خارجي، إنما بدافع ضرورة داخلية مُلِحَّة، نشأ تلقائياً عن بواعث غريزية تُمثل حاجات نمائية تُمهِّد للنضج.^(٣)

كما يساهم اللُّعْب في نمو النشاط العقلي والمعرفي للطفل، وفي الوظائف العقلية العليا كالإدراك والتَّحِيل والتذكُّر والسطق والكلام، ويؤدي دوراً مهماً في بناء شخصية الطفل اجتماعياً ووجدانياً، والبرنامج الجيد هو الذي ينقل الطفل إلى أجوائه ليعيش فقراته، ولهذا تهتم إذاعات العالم على اختلافها ببرامج الأطفال، التي تُحاطب مختلف أطوار نموهم، وتحتل برامج الأطفال مكاناً متميزاً ومرموقاً من البناء البرامجي لمختلف الإذاعات، ويمكن القول إن المساحة الزمنية لبرامج الأطفال في الإذاعة المصرية، قد زادت بصفة عامة في السنوات الأخيرة^(٤)

ومن جهة أخرى تشير الدراسات الإحصائية إلى أن مصر أكثر الدول العربية من حيث ملكية أجهزة الراديو، وتساعد خصائص الراديو على أن يكون من أول وسائل الاتصال التي يمكن للطفل أن يتعرض لمخرجاتها ويستفيد منها، منذ سنوات عمره الأولى، والدراسات تؤكد أن الراديو يحاطب في المقام الأول حاسة السمع التي تبدأ عملها مبكراً بالنسبة للطفل، ممَّا يجعل استخدام الراديو لمحاطبة الطفل والتوجه إليه منذ شهوره الأولى، وذلك من خلال الموسيقى الهادئة ملائماً ومفيداً.^(٥) وتشير الدراسات في هذه التخصصية إلى قضية مهمة جداً وهي أن التذوق الموسيقي منذ الطفولة المبكرة ضروري لنضج شخصية الطفل وتكاملها بوجه عام ولنضج الجانب الوجداني بوجه خاص^(٦) ولهذا فإن

(٣) وفي صفوت مختار. سيكولوجية الطفولة، القاهرة. دار حريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٢٣٣، ٢٣٤

(٤) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ٢٢.

(٥) منى سعيد الحديدي. الإذاعة والطفل العربي، القاهرة: المجلس العربي للطفولة والتنمية، ص ٤ - ١٧

(٦) سمية فهمي. تطبيق علم النفس في برامج الراديو والتلفزيون الموجهة للأطفال، بيروت، ١٩٧٠م، حنيفة برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون، ص ٥٧.

تسمية التدقيق الموسيقى لدى الطفل من مهام الإذاعة الصوتية، وخاصة أن الموسيقى تخاطب وعي الإنسان ووجدانه، وينسحب ذلك على جميع أشكال ثقافة الطفل العنية من غناء وأناشيد، والتي تستشعر القيم التي تجسدها. وحديث بالذکر أن للعناء والموسيقى العربية أثرهما في العناء والموسيقى العالمية، فكثير من أسماء الآلات الموسيقية العربية دخلت اللغات الأوروبية كالقانون Kanoon والقيثارة Gutar والرابة Rebec، بل وتشير الدراسات إلى تقارب الأوران في أعاني الأطفال الشعبية، والمنتشرة في العديد من دول العالم وخاصة ما يُغنى للطفل في المناسبات المختلفة كالهددة والسبع والحنان، أو ما يقوم بغنائها في العابة، ومنها على سبيل المثال: «حادي بادي قمع ربادي...» و«حطة يا بطة يا ذقن البطة...» و«هينا مقص وهينا مقص.. هينا عرايس بتترص...» وكلها بالوزن الشعري من تفعيلة البحر المتدارك (فعلن فعلن، فعلى فعلى)، مما يُشير بجلاء إلى الأحاسيس والمشاعر الإنسانية ذات الجذور الواحدة، وخاصة أن الإنسان هو الإنسان في كل مكان، مهما اختلفت الشعوب أو الدول.^(٧)

٢ - الوسائل البصرية،

سميت هذه الوسائل بهذه التسمية لاعتمادها على حاسة البصر كمصدر رئيسي في الإعلام فهي وسيط إعلامي يرتبط بهذه الحاسة المهمة في حياة الإنسان حيث إن المشاهدة العينية البصرية تلاقى قبولاً لدى المشاهدين أكثر من سواها، والإنسان كما هو معلوم يُشاهد ما يقع عليه بصره فيتعرف إليه ويستطيع أن يدركه ويفهمه ويعلمه.^(٨)

(٧) أحمد نجيب: أغاني الأطفال الشعبية من ٢١ لغة من لغات العالم، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٣م، ٣ - ٤٤

(٨) أثر وسائل الإعلام على الطفل، مرجع سابق، ص ٤٣، ٤٤ (بصرف)

٢ - الوسائل السمعية البصرية:

سميت هذه الوسائل بهذه التسمية لاعتمادها على حاستي السمع والبصر في وقت واحد، وهذه الوسائل هي الأكثر تأثيراً وأبلغها وضوحاً في الإعلام، فقد ثبت علمياً أن اشتراك أكثر من حاسة في الاطلاع على الشيء يكون معرفة وعلماً أكثر من سواء، فالمعروف أن لحواس الإبصار قدرات متكاملة وكل حاسة لديها قدرات ذاتية متخصصة، فإذا ما اجتمعت أكثر من حاسة فإن ذلك يعنى اجتماع أكثر من قدرة متخصصة يتم التنسيق بينها لتعطي مفعولاً أكبر من الانفراد بحاسة واحدة ذات قدرة مفردة، لذلك كان أثر الوسائل الإعلامية السمعية البصرية أكبر من غيرها كالفديو والتليفزيون والسينما والمسرح . وغيرها.

وهذه الوسائل تقدم للأطفال الصور الحية التي تحاطب العين في المقام الأول والمفترنة بصوتها الطبيعي الذي يحاطب الأذن، كما يضيف عليها المريد من الواقعية، بالإضافة إلى الحركة واللون، والتي تزيد من قوة تأثيرها، لما تثيره من اهتمام الطفل بها، وتعتبر أقوى تأثيراً من الكلمة المكتوبة أو المطبوعة أو حتى المسموعة، لاستخدام أكثر من حاسة في تلقيها، ولأنها تحيل المعلومات المجردة إلى تجارب وخبرات حية، مما يجعلها قابلة للفهم والإدراك من قبل الطفل. ومن جهة أخرى نعلم أن مطلق الصورة أو «الرؤية» منطلق العاطفة أو اليقين، فالصورة لغة عالمية تفهمها غالبية الشعوب، ويصعب تزييمها، وتعتبر من أحسن الوسائل وأكثرها إقناعاً، لذلك . تؤكد الأمثال والأقوال المأثورة في كافة بلاد العالم هذا المعنى، فهناك المثل الصيني الذي يرى أن الصورة أبلغ في التعبير من آلاف الكلمات، والمثل الإنجليزي العاتل أن الرؤية أساس الاقتناع

(٩). Seeing is believing

(٩) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ٢٥

ولقد ساهمت علوم الصورة وتقنياتها وتجلياتها في عمليات التربية والتعليم (من خلال الصور التوضيحية والرسوم المصاحبة للكلمات، أو من خلال تقنيات الفيديو والسميع، وأجهزة عرض البيانات Data Show والإنترنت.. إلخ.^(١٠) وتسمح المواد السمعية والبصرية ومنها الشرائح والأفلام الماطقة والتليفزيون وتسجيلات الفيديو (شرائط - مسطوانات) .. إلخ بإعادة إنتاجها والحصول منها على نسخ كثيرة، وبطريقة غير محدودة، كما أنها تتميز بتنوع أساليب عرضها، وبما يثير اهتمام المشاهد بها، كالعرض البطيء Slow motion أو السريع الذي يحقق جذب انتباه الأطفال وإثارة اهتماماتهم وعن طريقها يمكن تقديم المعلومات أو المعارف أو الخبرات التي يتعسر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة، أو المطبوعة أو المسموعة أو المصورة، إذا استعمل كل منها على حدة، حتى أن النقاد ينفقون على أنها تبلغ ذروتها في التأثير، وبالتالي ذروة الكفاءة الإعلامية، عند تقديمها الأنباء والمعلومات حال حدوثها في مشاهد حية، متكاملة، تتجاوز بمشاهدتها حدود الزمان والمكان، وبطريقة لا يمكن أن تصل إليها كافة الوسائل الأخرى.^(١١)

(١٠) شاكر عبد الحميد - عصر الصورة (السلبيات والإيجابيات)، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير ٢٠٠٥م، ص ٨.

(١١) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ٢٦.

الفصل الثالث

أهم خصائص الإعلام ووظائفه

قنوات الاتصال الإعلامي

يمكن تعريف الاتصال الإعلامي بأنه بث أو نشر رسائل واقعية أو خيالية على أعداد كبيرة من الناس وخصوصاً من الأطفال حيث ينتشرون في مناطق متفرقة، ويختلفون فيما بينهم طبقاً لمستوياتهم العمرية، وثقافتهم، وعقائدهم، ومناطق إقامتهم، ومستويات تطلعاتهم وحيالهم، ومستواهم الاقتصادي والاجتماعي.. إلخ.^(١)

ووسائل الإعلام هي تلك الوسائط Media التي تستخدم لنقل «الرسالة» الثقافية إلى الجمهور كالكتب والمطبوعات والصحف والمجلات والأفلام والراديو والكامبيت والفيديو والتليفزيون والكمبيوتر والإنترنت.. إلخ، والتي تُمكن مصدراً معيناً ك فرد أو جماعة من الاتصال بجمهور الأطفال، ففي الإعلام يوجد دائماً الرابط والوسيط، الذي يربط المرسل بالمستقبلين من جمهور الأطفال، كالمطبعة أو الإذاعة أو التليفزيون، وتمتاز بالسرعة وبلوغ جمهور واسع من الأطفال، هذا بالإضافة إلى قدرتها الفائقة على خلق الوعي والترويد بالمعلومات، وبوضع الاستعراض التاريخي لوسائل الإعلام أن الكتاب كان أقدمها ظهوراً، وبالرغم من ذلك تُعاني كتب الأطفال على المستوى العربي قصوراً في الكم والكيف يتمثل في قلة عددها، وارتفاع نسبة الكتب غير المصاحبة بدرجة مستهجنة، هذا بالإضافة إلى عدم التوازن فيما تقدمه الكتب الموجودة من معارف ومعلومات.^(٢)

وهناك نوع من عدم التوازن بين الإنتاج المعرفي والمعرفي، والتفاوت في تغطية حقول المعرفة المختلفة أحياناً، بمعنى أن هناك ٧٥٪ من إنتاج الكتب المدرسية، و ٢٥٪ فقط للكتب الثقافية، بعكس المقياس العام لهيئة اليونسكو

(١) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٦.

(٢) أحمد نجيب. إنتاج كتب الأطفال، مركز تسمية الكتب العربي، الحلقة الدراسية الإقليمية عن مشكلات إنتاج وتوزيع الكتب العربي (كتب الطفل)، القاهرة. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٩ من يناير - أول فبراير ١٩٧٩م، ص ٧٦.

العالمية في هذا المجال، هذا إضافة إلى افتقاد التوازن الرأسي المتمثل في عدم الوفاء باحتياجات المراحل العمرية المختلفة من مواد القراءة، بينما تشير الدراسات إلى اهتمام دول العالم المتقدمة بكتب الأطفال لأهمية دورها في حفظ المعرفة ونقلها، فتصدر الولايات المتحدة الأمريكية سنوياً ما بين (٢٠٠٠) إلى (٢٥٠٠) كتاب للطفل، كما تصدر روسيا ربع الكتب التي تصدر على مستوى العالم وحده، طبقاً لتقارير اليونسكو، كما سجلت كتب الأطفال ارتفاعاً كبيراً في السنوات الأخيرة في اليابان، بزيادة أكثر من ٢٠٠٪ عما قبلها، كما حظيت كتب الأطفال باهتمام الدول الأوروبية كما في فرنسا وبريطانيا وإيطاليا، فكانت البداية التي امتدت فروعها لكل أرجاء العالم.^(٣)

هذا ويذكر التاريخ مدى اهتمام أباء الشرق بالكتاب فقام رفاعة رافع الطهطاوي^(٤) بترجمة بعض الكتب الأوروبية إلى العربية، وخاصة من الفرنسية، كحكايات «تشارلز بيرو» وبعض الكتب لتدريسها في مدارس المبتدیان، كما تشير الدراسات إلى أن الكتاب العربي الصادر في مصر يمثل المكانة الأولى من حيث العدد والنوع والمضمون والإخراج والانتشار على مستوى الوطن العربي كله تليها لبنان ثم العراق.^(٥)

وينفق علماء النفس والتربية على أن الطفل يستطيع عملياً أن يُقلب صفحات الكتاب بنفسه، ويستمتع بصوره ورسومه منذ نعومة أظفاره، وبالذات في

(٣) عبد التواب يوسف الطفل والكتاب، كتب الأطفال في الدول المتقدمة، مركز تنمية الكتاب العربي، الحلقة الدراسية الإقليمية من مشكلات إنتاج وتوزيع الكتاب العربي (كتاب الطفل)، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٩ من يناير - أول فبراير ١٩٧٩م، ص ٥٣ - ٦٨ (بصرف).

(٤) ولد رفاعة رافع الطهطاوي في مدينة طهطا - محافظة سوهاج - عمل إماماً لإحدى فرق الجيش أيام «محمد علي»، وسافر إلى فرنسا إماماً لإحدى البعثات، فعمل بالفرنسية وأجادها، فألف كتابه «تخليص الأبرار إلى تخليص بارئ»، وأيضاً مؤلفه «المرشد الأمين للبنات والبنين» ونوعى عام ١٨٧٣م (وديق صفوت مختار المدرسة والمجتمع والتوافق النفسي للطفل، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٣م).

(٥) روضة القرح الهدهد كتب الأطفال، المجلس العربي للطفولة والتنمية، نحو مستقبل ثقافي أفضل للطفل العربي، القاهرة. ٢٩ من أكتوبر - الأول من نوفمبر ١٩٨٨م، ص ١٢ - ٢٤ (بصرف).

الثانية من عُمره، حيث تُشير الملاحظة للطفل القارئ ابن العامين كيف كانت تلمع عينا، ومدى فرحه للصورة أو الرسم لشيء يعرفه.^(٦)

ويسجل التاريخ لمصر أيضاً اهتمامها المتزايد بكتب الأطفال، وخاصة في الوقت الراهن، على أعلى المستويات، ذلك لأن القراءة من أهم المهارات التي يحتاج إليها الطفل في مراحل نموه المختلفة، وكل شيء يبدأ من الطفولة، لذا فإن كتب الأطفال لها أهميتها البالغة في تكوين شخصياتهم.

وتتنوع كتب الأطفال، ويمكن تصنيفها طبقاً لمضمونها أو لشكلها، أو للمرحلة العمرية التي تحاطبها. وهكذا، فهناك الكتب القصصية، أو الكتب ذات المضمون الديني، أو العلمي، أو الكتب المصورة، أو دوائر المعارف والمعاجم المصورة، وكتب الرحلات والأساطير، والملاحم والامتكشافات، وكتب السيرة الذاتية، والأشعار والأناشيد والأغاني ومنها المطبوعة على الورق أو القماش أو البلاستيك، والتي تختلف باختلاف تصميماتها، أو حجمها أو إبراز أفكارها.. إلخ، ذلك من معايير تتصل بالشكل الذي يلعب دوراً مهماً في جذب انتباه الطفل وإثارة اهتمامه، ومن جهة أخرى يمكن تقسيمها وفقاً لهدفها الذي تسعى إليه، وتنوع الأهداف بالطبع، فهناك الأهداف المعرفية، التي تقدم فيها من خلال الكتب والمعارف والمعلومات والأفكار، والأهداف المهارية، عندما نحاول أن نُعلم الطفل المهارات المتنوعة كتعليم القراءة والكتابة، أو الأهداف الوجدانية والاجتماعية، فساهم من خلال الكتب في ترويض الطفل ليس فقط بالمعلومات، وإنما تستخدم هذه المعلومات في توسيع أفقهم ومداركهم وتكوين الاتجاهات السليمة والسلوكيات العصرية أو الحياتية أو الإبداعية وبالتالي تحفرهم على الاختراع والابتكار وهكذا.^(٧)

(٦) صفاء عويس رسوم كتب الأطفال ومجلاتهم في الدول المتقدمة، مركز تنمية الكتب العربي، الحلقة الدراسية الإقليمية، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب: ٢٨ من يناير ٢ من فبراير ١٩٨٤م، ص ٢٧٥.

(٧) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٨ (يتصرف).

خصائص الإعلام وأهم معاييرها:^(٨)

- ١ - الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي مصدر المعلومات، والرسالة الإعلامية، والوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، وجمهور المتلقين والمستقلين للمادة الإعلامية وترجيح الأثر الإعلامي.
- ٢ - يتسم الإعلام بالصدق والدقة والصراحة، وعرض الحقائق الثابتة، والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية، بعكس بعض أشكال الاتصال الأخرى التي لا تتوخى هذه الجوانب.
- ٣ - يتصف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقوبة الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها، وبالتالي فإن النشاط الإعلامي نشاط موضوعي وليس نشاطاً ذاتياً بشخصية الإعلامي القائم بالنشاط الإعلامي.
- ٤ - يسعى الإعلام إلى معارضة التمييزات والحرافات، والعمل على تنوير الأذهان وتنشيف العقول.
- ٥ - يستهدف الإعلام التبسيط والشرح والتوضيح للحقائق والوقائع.
- ٦ - يترتب على الجهود الإعلامية الموضوعية تأثير فعلي في عقلية الجمهور، ومستويات تفكيره وإدراكه، كما يؤدي ذلك إلى إحداث اليقظة والمو والتكيف الحضاري في المجتمع.
- ٧ - يتأثر الرأي العام تأثيراً إيجابياً بالجهود الإعلامية حيث تسعى هذه الجهود عن طريق مخاطبة العقول والعواطف السامية للجمهور إلى تنوير الرأي العام وتنشيفه والارتقاء به.

(٨) نحو إعلام دولي جديد، مرجع سابق، ص ١٦، ١٧.

٨ - تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً، وتقدمت مدينته، وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والعكري لأفراد هذا المجتمع.

أهم وظائف الإعلام،

للإعلام وظائف متعددة التي يؤديها عبر الرسالة الإعلامية التي عرفها الكاتب «طلعت همام» في كرسولته الإعلامية المركزة بأنها: الأفكار والمفاهيم والأحاسيس والمهارات والاتجاهات التي يرغب المرسل في إشراك المستقبل فيها ويمكن تصنيف تلك الوظائف في المجالات التالية: ^(١)

١ - المجال المعرفي: ويتمثل في نقل الأخبار والمعلومات المختلفة لزيادة المعززون المعرفي للأفراد.

٢ - المجال الاجتماعي والثقافي: من خلال الإسهام في النشئة الاجتماعية للأفراد، وتوحيد البناء العكري لهم، وتكوين بيئة رمزية مشتركة بينهم، ونقل التراث الثقافي للمجتمع وإعداده للاستجابة للتحديات المعاصرة.

٣ - مجال التوعوية والتوجيه: حيث يسهم الإعلام في نشر التوعية وتكوين الاتجاهات الإيجابية نحو قضايا البيئة ومصادر الطاقة والصحة والمواطنة الحقة.

٤ - المجال الترفيهي: حيث يوفر الإعلام الترفيه والتسلية وإمتاع الأفراد عبر الوسائل الإعلامية المتنوعة.

٥ - مجال الدعاية والإعلان: في هذا المجال يتم استخدام تقنيات الإعلام وفتياته لتقديم منتجات معينة واستخداماتها والتعبير عن احتياجات مجال العمل والتجارة والخدمات.

وللإعلام دوره الحطير فيما يتعلق بثقافة المجتمع سواء تلك العموميات، وهي العناصر العامة التي يشترك فيها أبناء المجتمع، أو الخصوصيات، وهي تلك

(١) طلعت همام: مائة سؤال عن الإعلام، عمارة: دار الفرقان، بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٨٨م.

الأنماط الثقافية التي تقتصر على فئات مُعينة من المجتمع بالإضافة إلى البدائل الثقافية وهي المستحدثات التي تتسرب إلى المجتمع لتؤكد حقيقة الانتشار الثقافي، ويعنى انتقال عناصر ثقافية مادية أو معنوية من مجتمع إلى آخر، ويتحقق من خلال الاحتكاك الثقافي بين المجتمعات عبر وسائل مُتعددة منها التواصل الإعلامي، ونتيجة لهذا الانتشار يتحقق التعبير الثقافي بحانيه المادي والمعنوي.^(١٠)

وهناك وظيفة أخرى للإعلام على جانب كبير من الأهمية ألا وهي وظيفة التثقيف، إلا أن هذه الوظيفة أصبحت موضوع جدل بين الناس، حيث انقسموا إلى فئتين، فئة تقول إن وسائل الإعلام تعمل على خلق رأى عام مثقف أو متعلم حيث استطاعت وسائل الإعلام ربط العالم من جميع أطرافه وجوانبه، فرادت من تعرف الإنسان على العوالم الأخرى، وفي مختلف المجالات.

وآخرون يرون في وسائل الإعلام سلاح شر يلوح، بهدف فيما يهدف إلى تدمير المجتمع كله، وخاصة في الدول الفقيرة أو النامية، لأنها قادرة على طمس الأفكار المتوارثة من الأجيال السابقة، ويمسح التراث والأصالة والقيم والمبادئ التي يقوم عليها المجتمع من أدهان الناس وخصوصاً قليل المقاومة منهم، وزرع قيم ومبادئ وأفكار جديدة تتناقض في كثير من الأحيان القيم والأفكار والمبادئ، بل تنسها وتحل محلها.^(١١)

وحيث نريد أن نعلق على هذا الطرح الأخير فنؤكد أن الإعلام في ظل ما يُعرف بنظام العولمة، حيث أصبح الكون عبارة عن قرية صغيرة، بما أحدثته تكنولوجيا الاتصالات من ثورة هائلة، تحطمت معها الحدود، وتلاشت على أثرها العوائق الجغرافية منها والسياسية، الأمر الذي ترتب عليه غزو ثقافي وفكري منقطع النظير، وفي حقبة زمنية قصيرة للغاية، مما استلزم البقطة والصحوة من

(١٠) ميكولوجية الإعلام بين التعبير والتحصين، مرجع سابق، ص ٥٦، ٥٧.

(١١) إبراهيم الشمسي دور الإعلام في تنمية ثقافة الطفل، ندوة ثقافة الطفل (شهادات محلية وعربية)،

الشرقة. مجلة الثقافة والإعلام ١٩٩١م، ص ٢٧٥.

جانب مؤسساتها الإعلامية العربية، وهذا ما سوف نطرحه بالتفصيل في العديد من أبواب هذا الكتاب القادمة.

ولكننا نظل على قناعة تامة بأنه وإن بدا الأمر هكذا فلا مفر من المواجهة الحاسمة لأن عقارب الساعة لم، ولن تعود إلى الوراء أبداً، والأمر الذي لا يحشاه اليوم، قد يؤرقنا ويعذبنا في الغد، لذا فالأمر جدد خطير.

ولكن هذا لا ينفي بالطبع أن للإعلام تأثيرات عظيمة نوجزها في التالي حسب ما عنده الدكتور السيد أحمد عثمان^(١٢).

- ١ - إحاطة الناس علماً بموضوعات ومعلومات متعددة في جميع نواحي الحياة.
- ٢ - إغراء الناس واستمالتهم وجذب انتباههم لموضوعات وسلوكيات مرغوب فيها.
- ٣ - إتاحة فرصة للترفيه والترويح وقضاء وقت الفراغ.

(١٢) سيد أحمد عثمان. علم النفس الاجتماعي التربوي (المنظير الاجتماعي)، ج٢، القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٠م، ص ١١١.

الفصل الرابع

أهمية الإعلام

ميلاد عصر الإعلام الجديد.

عندما احتارت مجلة «تايم» الأمريكية «تيد تيرنر» مالك الشبكة التليفزيونية الشهيرة CNN رجل عام ١٩٩١م، فإنها بذلك تعلن عن ميلاد العصر الإعلامي الجديد الذي نعيش فيه اليوم. ومع أن ذلك العام المميز في التاريخ المعاصر شهد أحداثاً كبيرة ونجوماً ساطعة، إلا أن لقب «رجل العام» كان من نصيب الصورة التليفزيونية التي سجلت تلك الأحداث وصنعت أولئك السجوم.

لقد كتبت مجلة «تايم» الصادرة بتاريخ ١/٦/١٩٩٢م في تقديمها لرجل العام الذي وصفته بأنه «أمير القرية الكوبية»، تقول المجلة كمؤسس لأول شبكة إخبارية تليفزيونية كوبية، استطاع «تيد تيرنر» أن يجعل المشاهدين في ١٥٠ دولة شهوداً مباشرين للتاريخ، كما ساعد على التأثير في مجرى الأحداث، وفي عام حافل مثل عام ١٩٩١م كانت CNN حاضرة في قلب الأحداث وكان العالم كله يشاهدها.

قوة الإعلام في التأثير على الرأي العام،

التطور المذهل في وسائل الاتصال يُجسّد بجلاء إدراك الدول الكبرى لأهمية الإعلام وقدرته الفائقة في التأثير على الشعوب والمجتمعات، واكتسب الإعلام أهمية قصوى في الدول المتقدمة توازي أهمية التعليم والتربية والتخطيط الاقتصادي والصناعي إن لم تتفوق عليها، ولذلك نشأت معاهد وكرليات للإعلام، ونمت المؤسسات الصحفية والإعلامية نمواً مذهلاً، ووجدت دعماً كاملاً من السلطات، ومن المؤسسات السياسية والاقتصادية الكبرى، وبلغ التنافس في مجال الإعلام والدعاية مداه قتل، وبعد الحرب العالمية الثانية، وتداخل مفهوم الإعلام مع الدعاية ومع الإعلان التجاري وأصبح للإعلام ثقل كبير في دعم الحملات السياسية والانتخابية على المستوى الداخلي، وفي التأثير على الشعوب الأخرى ثقافياً وسياسياً وفكرياً. يقول الرئيس الأمريكي السابق «جورج بوش الأب» في

معرض انتقاده للرئيس «بيل كلينتون» إننى أحمل وسائل الإعلام هريمتى فى الدور الثانى للانتخابات بسبب تركيزها غير الدقيق على السياسة الاقتصادية.^(١)

وهذه العبارة تؤكد مدى قوة الإعلام فى التأثير على رأى العام واتجاهاته فيما يتعلق بالسياسة الداخلية الأمريكية، وخاصة فى الانتخابات الرئاسية.

الإعلام الجديد أصبح يربط بالمصالح الكبرى للدول والشعوب،

لقد تعير مفهوم الإعلام واكتسب مصامين وصياعات جديدة ترتبط بالمصالح الكبرى للدول والشعوب، واتجه الإعلام ذو المهم الأكاديمى إلى «رف الوثائق» فى «متحف العلم» الإنسانى المتجرد، لأن محاولة تزويد الناس بأخبار صحيحة، أو بمعلومات سليمة وحقائق ثابتة ما هى إلا ضرب من المنهج الطوبوى، والإعلام الصادق لم يخرج عن كونه «يوتوبيا»^(٢) أو تطلعا رومانسيا حائلا يدغدغ خيالات المشغفين على المجتمع الإنسانى.

أهمية أكبر وأصق للإعلام الكونى، العولمى،

أجهزة الاتصال الصامتة والمسموعة والمقروءة والمرئية من أخطر الوسائل فى حياة الشعوب والمجتمعات البشرية، وخاصة فى هذا العصر، الذى تقدمت فيه هذه الوسائل، وأصبح لها أجهزة متطورة نتيجة التقدم الهائل فى تكنولوجيا الاتصال، تجعل من العالم كله مكانا واحدا أو قرية واحدة، ومن هنا جاءت أهميتها فما يحدث أو يقال فى أى بقعة من بقاع العالم، ينتشر فى سرعة مذهلة، ليراه

(١) جريدة الشرق الأوسط، العدد: ٥٥٣٦

(٢) اليوتوبيا (الطوبوىة) Utopia لفظة يونانية الأصل تعنى المكان الصالح، صاغها «توماس مور» (١٤٧٨ - ١٥٣٥م) حين جعلها عنوانا للكتابة التى تحدث فيها عن مملكة خيالية تقوم فوق جزيرة، حيث تصصف بكمال أنظمتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وذلك بفصل اتباع النوبة الملائمة وأساليب الحكم الرشيدة ثم صارت اليوتوبيا تشير إلى المدينة الفاضلة أو المجتمع الأمثل، حيث يسود الخير والكمال (أسعد زروق موسوعة علم النص، ط١، مراجعة د. عبد الله عبد الدايم، بيروت المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٧٧م، ص ٣٢٨، ٣٢٩)

وسمعه وبقراءه كل من فى القرية الكونية، أى فى كل أنحاء العالم، فى لحظات قليلة، فالعالم اليوم يجتاز أو هو قد اجتاز بالفعل بداية عصر جديد هو عصر المعلومات أو عصر ثورة المعرفة وأصبح انطلاق الإنسان إلى هذا العصر ضرورة مؤكدة، حتى يستطيع الاستعادة من التكنولوجيا الحديثة التى تقدمها له ^(٣)

ولعل هذه المجالات هى التى جعلت هذا العصر، يُطلق عليه «عصر العولمة» ^(٤) أى أن العالم كله فى متناول الأفراد فى أى مكان، فلا حواجز تستطيع أن تمنع وصول ما يحدث فى أى مكان من العالم إلى أى مكان آخر يقابله، حتى لو كان فى الطرف الآخر من العالم.

ولذلك لا يستطيع أن تمنع أى أفكار أو نظم فى أى مجال من المجالات تريد أى جهة أن تبثه إلى العالم من أن يستقل إليها، لذا يرى بعض الباحثين أن إطلاق بعض الدول المتقدمة للأقمار الاصطناعية المستخدمة فى عمليات الاتصال، يعتبر حدثاً مهماً وخطيراً بالنسبة للاتصال الدولى، وخلق رأى عام على اتساع العالم كله *World Wide Public opinion* إذ سيصبح ممكناً خلال أعوام قليلة من الساحة الفنية مع تعديلات طوعية أن ترسل أو تبطل الإشارات الخاصة بكل من الراديو والتليفزيون من أى مرسل *Transmitter* إلى أى متصل *Receiver* فى العالم. ^(٥)

وعلى هذا الأساس فإن العولمة تعنى فى مفهومها البسيط، إزالة الحدود الاقتصادية والعلمية والمعرفية بين الدول، ليكون العالم أشبه ما يكون بسوق

(٣) كاميليا محمود حجازى وآخرون، الحاسب الآلى، القاهرة وزارة التربية والتعليم، ١٩٩٨م

(٤) العولمة *Globalization* كمفهوم فى أحد تعريفاته يهدف إلى إقامة نظام (ثقافى، اجتماعى، اقتصادى، سياسى... إلخ)، توحد فيه جميع الهويات الأخرى، أى إقامة سياسة كوية بديلة تقوم على نظام واحد، فالعولمة هدفها تكريس الهيمنة الأمريكية ومنع الهويات القومية. وإذا كانت العولمة ترمى إلى غزو العالم اقتصادياً عن طريق ما يُسمى بالشركات متعددة الجنسيات *Transnational Corporations*، إلا أن البعض يرى أن العولمة ما هى إلا خطر يهدد هوية بعض الأمم على المستوى الثقافى (إيناس حسنى العولمة - تكريس النمط العربى، مجلة المصور الجديدة، العدد الأول، القاهرة - سبتمبر ١٩٩٩م، ص ٢٤٨ - ٢٥٣)

(٥) أحمد بلتر دراسات فى الاتصال والدعاية الدولية، ط ٢، الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٨٢م، ص ١٤٧

موحدة كبيرة تصمم عدة أسواق ذات خصائص ومواصفات تعكس خصوصية أقاليمها على جانب، كما تعكس المتطلبات التي يفرضها التكامل الاقتصادي العالمي^(٦) هذا إذا كانت العولمة تسير في طريقها السليم، ذلك أن لها اتجاهات أخرى ضارة.

الإعلام عامل مهم لرقى ورفعة المجتمعات الإنسانية،

لم يتسبب لأهمية الإعلام ومدى تأثيراته إلى المجتمعات الإنسانية إلا المجتمعات الواعية، والتي أدركت أن الإعلام عامل أساسي ومهم من عوامل نهضتها، وإثراء ثقافتها، وفي تقدمها ورفعتها مكانتها الحضارية بين الأمم، كما أدركت أن ذلك لن يتحقق إلا بقوة جهازها الإعلامي، وما يقدمه هذا الجهاز الجار من برامج ومواد إعلامية لشعبها ومجتمعها.

ولذا نراها وقد بذلت الجهود المتواصلة في سبيل تقديم إعلام قوى في مضمونه، وجذاب وممتع وأحاد في شكله، إعلام يعمل على صنع جيل متميز له شخصية ثابتة متفردة، جيل له حضارة عريقة، وثقافة متنوعة متجددة، وفوق هذا وذاك له تاريخ تليد وأصيل.

هذه المجتمعات الواعية قدّمت لأجيالها إعلاماً ربما فيه أفضل القيم وأبلى المثل وأجل الأخلاق، من صدق ووفاء وأمانة وثقة وموضوعية مجتمعات كهذه تعمل بواسطة إعلامها المتميز الفريد على ترسيخ حضارتها الأصيلة ذات الثقافة المتجددة دوماً، فتربي هذه الأجيال على أحسن العادات وأصحبها من تقديس للوقت واحترامه، وانضباط في العمل ونظامه. هذه المجتمعات بإعلامها المتميز تعيش أجيالها على التفتح الذهني ذي الفكر الناصح السير الذي لا بد أن يعي المتعبرات الحضارية والثقافية، ويسعى فيه حاسة الجمال وتدوق الصون والآداب^(٧)

(٦) السيد عبد الخالق جريدة الأحرار القاهرية، الصادرة في ٢٦/٥/١٩٩٩م

(٧) دور الإعلام في تنمية ثقافة الطفل، مرجع سابق، ص ٢٧٦، ٢٧٧ (يتصرف).

أما المجتمعات القابعة في قاع التحلف، التحلف السياسي والاجتماعي والعكري والثقافي والتربوي . فكيف سيكون إعلامها؟، إنه بالطبع انعكاس لكل هذا التحلف، لأنها لم تدرك بعد خطورة وأهمية الإعلام، بل أصبحت تقوم بعملية التقليد دون وعي، وتلهث متهالكة وراء القشور والفتات، وتحرق وراء البقايا مما لمظته المجتمعات الواعية من برامج عقيمة وسقيمة، بعيدة كل البعد عن الواقع الحضاري والثقافي، حاوية من القيم الأصلية والعادات الطيبة المستحقة، لم تدرك هذه المجتمعات المتحلمة أهمية الإعلام، ولم تدرك ما وراء ذلك التقليد الأعمى الأهرج من انحطاط يكاد يكون شاملاً لمختلف نواحي الحياة. هذا التقليد اللاواحي واللامدروس، والذي لا يعرف هدفاً يسير إليه، هذا النوع من الإعلام وما يقدمه لأجيال مجتمعاته من نماذج وبرامج سيئة نفوح منها رائحة التبعية والانتهازية، إما نمرح جيلاً ممسوحاً ومشوهاً، بسرعان ما يتذكر لثقافته الأصلية وعاداته الحميدة وقيمته للعريقة وأخلاقه الممتية، من خلال هذا الإعلام تظهر لنا أجيال لا هدف لها ولا غاية، أجيال مهرورة الشخصية، متوترة الأعصاب، غير واثقة في نفسها، ذات ثقافة ضحلة رديئة، مجتمعات هذا إعلامها فماداً يرجى من أجيالها ١٩

اهتمام عربي بالإعلام

لقد استشر العالم العربي منذ منتصف القرن المنصرم أهمية الإعلام كعلم، وكمنهج استراتيجي، وكقناة ثقافية وحضارية في عصرنا الحالي الذي يسمى عصر الاتصالات بالفعل، واستوعب دوره في البناء الاجتماعي والثقافي والسياسي، وفي التأثير على الرأي العام المحلي، ومن هذا المنطلق بدأت الدراسات الإعلامية الأكاديمية في البلاد العربية في الثلاثينيات من القرن المنصرم بالجامعة الأمريكية إذ أنشئ في عام ١٩٣٥م قسم للصحافة، وأعقبه معهد عال للتحرير والترجمة في جامعة القاهرة عام ١٩٤٠م وما أن حل عام ١٩٧٦ - ١٩٧٧م حتى مشأت بالعالم العربي ١٤ وحدة أكاديمية للدراسات الإعلامية

وفى المملكة العربية السعودية أنشئ قسم للإعلام فى كلية الآداب بجامعة الرياض (جامعة الملك سعود حالياً)، وآخر بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة، وقسم بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ثم بجامعة أم القرى، وذلك من أجل إيجاد كوادر إعلامية مؤهلة للعمل الإعلامى.^(٨)

الإعلام يتفوق فى قوته على السياسة والاقتصاد،

برز الإعلام فى السنوات القليلة الماضية كقوة مؤثرة لا يمكن الاستهانة بها، واليوم لا يقل خطر القوة الإعلامية وتأثيرها عن القوة التقليدية التى عرفتها المجتمعات الإنسانية، مثل القوة السياسية والقوة العسكرية والقوة الاقتصادية، إن لم تتفوق عليها. بل يمكن القول - دون مبالغة - إن القوى التقليدية الأخرى لا تكتمل تأثيراتها، ولا يتحقق كثير من أهدافها إلا إذا اقترنت بالقوة الإعلامية.

ومن هذا المطلق فقد رأينا اليابانيين، وهم يمتلكون قوة اقتصادية صحيحة، يشكون من افتقارهم إلى القوة الإعلامية، فقد ذكرت وزارة الاتصالات والبريد اليابانية فى تقريرها لعام ١٩٩٢م أنه بالرغم من أن اليابان تعد القوة الرابعة - بعد كندا والولايات المتحدة الأمريكية وهولندا - فى إنتاج أدوات المعلومات والإعلام، إلا أن حركتها فى التبادل الدولى للمعلومات والإعلام مع بقية العالم متخلفة كثيراً، فهى - مثلاً - لا تتبادل المعلومات والإعلام إلا مع حوالى ثلث الدول التى تتعامل معها كل من: الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا إعلامياً. ويرى التقرير أن هذا التخلف المعلوماتى والإعلامى يمثل أحد الأسباب التى تؤدى إلى ضعف الأداء الاقتصادى اليابانى فى القارة الآسيوية، إضافة إلى تأثير صورة اليابان فى كثير من الدول بوصفها «قوة اقتصادية غازية».^(٩)

(٨) مسئولية الإعلام فى تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٩ (يتصرف)

(٩) عبدالقادر طائر، العرب فى مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، الحلقة الأولى، مجلة المصير، السعودية، دير المفصل الثقافية، أكتوبر / نوفمبر ١٩٩٥م، العدد ٢٢٨، ص ٥٦، ٥٥.

اهتمام حكومي متزايد بالإعلام،

لا بد أن نعترف أن للإعلام دوراً متشعباً في المجتمعات، ظهر هذا بجملاء بعد انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع في القرن العشرين، ومطلع هذا القرن (القرن الحادي والعشرين)، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف مذاهبها العسكرية تخصص لها أقساماً تشرف عليها، وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية، من حيث رفع مستوى ثقافة الشعب وحسن أداء أفراد لوطائفهم، وإكسابهم القيم الاجتماعية المرغوبة، ونحو الوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها ووجهات نظرها في المسائل العالمية.^(١٠)

الإعلام يؤثر ثقافة المجتمع،

وسائل الإعلام تلعب دوراً خطيراً وعظيماً في المحافظة على ثقافة المجتمع، وتنقيتها، وتجديدها، لأن كل مجتمع يعمل بجاهداً وبكل قوة ليحرص على هويته ويتمسك بثقافته، فيقوم بنقل أنماط السلوك المقبولة والقيم الأصيلة ومبادئها ودعمها بما هو جديد وغير معالف من جيل إلى آخر، وهذا ما يؤدي إلى أن يمتص الطفل هذه الثقافة المتمثلة في القيم والمعايير الاجتماعية والأفكار البناءة والأساليب الحديثة، فتبنى بذلك شخصيته وتميزه بين أجيال الحضارات الأخرى.

الإعلام المعاصر أصبح يتفوق على الأسلحة العسكرية،

يرتبط تطور الإعلام العالمي المعاصر بتطور كل الحارف وعلوم الحياة، وأصبحت له مكانة عظيمة في السياسات العالمية واستراتيجيات الدول، ولا نبالغ إذا قلنا إنه يشكل سلاحاً حاسماً في المعارك يوازي الأسلحة العسكرية إن لم يتفوق عليها، وكم من شعوب هزمتها الحرب المسمية قبل أن تصوب إليها الأسلحة، وما بلغ الإعلام هذه المكانة إلى حد الاهتمام به في جميع النواحي النظرية منها والتطبيقية، لأنه بكل تأكيد يدخل كعنصر مهم في صناعة الحصار عموماً.

(١٠) أمية مير جانو البرامج التربوية للطفل، القاهرة. دار المعارف، ١٩٨٩م، ص ١٢، ١١ (بصرف)

ومن المهم أن نُشير هنا إلى أن «صناعة الحضارة» تتطلب الكثير من الكد والكدح، والأحد بإصية العلوم والصناعة، ومن لا يُحسن ذلك فلن يقدم شيئاً، ولن يكون من أهل عصره، بل هو من فتيان أهل الكهف، وكم من ملايين لا تعرف علوم ومعارف عصرها تعيش على هامش الحضارة، وتقنات على بعض الفئات الذي يُلقي لها من هنا وهناك.

ونشير إلى أن النمو الحضارى عمومًا - فى أساسياته وبديهيته - يرتبط بالوعى والإرادة والحرية، ولا شك فى أن تتوافر هذه العناصر فى المجتمعات العربية وهى المجتمع الأمريكى خاصة، لترتقى بالعكر الاتصالى وصناعة الإعلام، فالإبداع هنا عملية دينامية مستمرة، وطلاقات مُتجددة، وجدية فى العطاء والابتكار والاختراع، وتصميم على ريادة وسيادة العالم، وفرض نماذج غربية / أمريكية يرى فيها أصحابها خلاصاً للمجتمع الإنسانى، أو هكذا هم يتوهمون!!^(١١)

وإن كنت أرى شخصياً أننا كمعرب مؤهلون للارتقاء بصناعة إعلام قوى ومؤثر، إذا تضامرت الجهود فى إطلاق سراح الحرية فى الإبداع والابتكار والاختراع الإعلام يؤثر على الصحة النفسية للأفراد،^(١٢)

١ - أجهزة الإعلام يمكن أن تبت روح التفاؤل أو التشاؤم فى نفس الأفراد، الصحافة مثلاً إذا ركزت فقط على الجوانب السيئة فى المجتمع وكان كل التركيز على الانحرافات والجرائم والمشكلات الموجودة فى المجتمع قد يؤدي ذلك إلى خفض الروح المعنوية للأفراد، وإلى فقدانهم الثقة فى المستقبل وهذا القول لا يعنى أن تحصر الصحافة نفسها فى نشر الأخبار المفرحة والسارة التى تبعث فى الناس روح التفاؤل والأمل، لكن كل ما

(١١) مسئولية الإعلام فى تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ١٢ (يتصرف)

(١٢) على أحمد على. الأسس النظرية والتطبيقية للصحة النفسية، القاهرة مكتبة عين شمس، دت، ص ٢٥٠ - ٢٥٧ (يتصرف)

نصيه في هذا المجال أن تقيم الصحافة موازنة دقيقة بين عرض النواحي السيئة والمطلعة في المجتمع، والنواحي الجيدة والمشرقة في هذا المجتمع. فعندما تُعالى الصحافة في نشر أحوال الموظفين المحتلسين والمرتشين فإنها تدفع الأفراد إلى التشاؤم وفقدان الثقة في المستقبل وهي إمكانية إصلاح أحوال البلاد والعباد، وكثيراً ما يكون للمغالاة في نشر مثل هذه الأخبار تأثيرها المدمر على نفسية الشباب الذي كثيراً ما يعتنق مبادئ وقيماً مثالية. وقد تدفعه إلى السخط والقلق والتشاؤم والاحتراف وفقدان الأمل في المستقبل.

لذا كل ما نرجوه من الصحافة في هذا المجال أن تعرض بجانب أخبار الموظفين المحتلسين والمرتشين والمعطلين لمصالح الناس، صوراً أخرى لموظفين شرفاء أماناء يخلصون في عملهم ويساعدون الناس قدر طاقاتهم واستطاعتهم، والمجتمع ملئ بمثل هذه الصور المشرقة والمشرقة.

فعلى أجهزة الإعلام أن تبث في نفوس الناس روح الأمل والتفاؤل المصحوب بالحدار لأن إغراق الناس في التفاؤل بلحق بهم ضرراً بالغاً أيضاً. ومن وظيفة أجهزة الإعلام أن توجه الناس لطريق المستقبل الباسم المشرق، يحفزهم إلى بذل الجهد المخلص للوصول إلى هذا المستقبل المأمول، وأن توجههم إلى مواجهة سلبيات المجتمع ونقائصه.

٢ - تعطى أجهزة الإعلام للأفراد الفرصة لعرض أفكارهم وآرائهم ووجهات نظرهم، وهذا يزيد من إحساس المواطن بالانتماء لوطنه ويريد من ارتباطه بهذا الوطن ويعبره من المواطنين عن طريق مشاركتهم فيما يهمهم ويهم أوطانهم

كما أن أجهزة الإعلام كثيراً ما تتيح الفرصة للأفراد لعرض مشكلاتهم وما يضايقهم أو يقلقهم والتعبير عنها. ولا شك أن هذا يخفف التوتر النفسي للأفراد. كما أن أجهزة الإعلام قد تساعد الفرد بوسائلها المختلفة على أن

يجد حلاً لمشكلاته أو لما يُصايقه، ويمكن أن تلعب الصحافة والإذاعة والتلفزيون دوراً مهماً في هذا المجال.

٣ - تزود وسائل الإعلام الأفراد بالخبرات والمهارات الاجتماعية والسلوكية التي تمكنهم من حسن التعامل مع الحياة ومع الأفراد الآخرين. الإذاعة مثلاً عن طريق ما تقدمه من برامج تربوية وفسية واجتماعية مختلفة تزود الأفراد بالكثير من المهارات والخبرات التي يحتاجونها في التعامل مع أنفسهم ومع آبائهم ومع رؤسائهم ومرعوسيههم وزملائهم في مجال العمل، ومن المهم أن تكون هذه الخبرات التي توصل للأفراد خبرات تربوية مفيدة بحيث تعمل على تعديل سلوك الأفراد وتوجيهه نحو كل ما هو خير ومفيد ومرغوب فيه.

٤ - يمكن لوسائل الإعلام عن طريق ما تعرضه من ندوات ومناقشات وحوارات بين أفراد متخصصين على مستوى عالٍ من الثقافة والخبرة من توجيه الأفراد وتعميدهم وتدريبهم على الموضوعية في التفكير بحيث يُخضع الأفراد أنفسهم للمعلومات والحقائق ولا شيء غيرها عند حكمهم على الأمور والمواقف التي تصادفهم في حياتهم، وأن يُباعد بين هؤلاء الأفراد والتعصب والتحيز والجمود في التفكير، فإذا نجحت وسائل الإعلام في هذا الاتجاه سعد الأفراد في حياتهم لأنهم إذا أحسنوا التفكير وكانوا موضوعيين في الحكم على أمور الحياة، قل التصادم بين الأفراد وبين بيئتهم ولتتمكن الأفراد من حل المشكلات التي تواجههم حلاً مناسباً ومفيداً.

٥ - تستطيع وسائل الإعلام عن طريق ما تقدمه من برامج نوعية موجهة إلى الأطفال والشباب والشيوخ والمرأة العاملة وربة البيت وغيرها من فئات، أن تزود أفراد كل فئة بالخبرات والمعلومات والمهارات الفردية والمفيدة بالنسبة لهم، فبرامج الأطفال الجيدة يجب أن تراعى احتياجات نمو الطفل في هذه المرحلة، وأن تزوده بما يساعده على أن يسمو نمواً جسمى وعقلياً واجتماعياً.

ونفسياً متكاملًا، وعلى أن يحسن التعامل مع البيئة، ومع الآخرين المحيطين به والذين يتعامل معهم، ولا شك في أن هذا لو تحقق يجعل الطفل يتوافق ويتكيف مع نفسه ومع الغير.

٦ - يمكن لوسائل الإعلام أن تقرب الأفراد من الصحة النفسية عن طريق تخليصهم من الاتجاهات السالبة والقيم الراتنة والطموح الرائد، لأحد مثلاً لما يحدث من بعض وسائل الإعلام في بلادنا حين تعرض مثلاً تمثيلات ومسرحيات في الإذاعة أو في التلفزيون أو على خشبة المسرح، وتُظهر المُعلِّم في أسوأ صورة والمعالجة في هذا الانجاء بالسخرية الشديدة والاستهزاء، ويكون من نتيجة ذلك أن تنخفض صورة المُعلِّم في أعين الشباب، والمُعلِّمون بالطبع في هذا الجو الرديء لا يشعرون بالرهو أو الفخر بالانتماء إلى مهنة التدريس.

وكثيراً ما انعكس ذلك في شكل روح معسوبة منخفضة بين صفوف المُعلِّمين، ولنتصور ضياع الأمة وضياع أبنائها إذا كان المُعلِّمون فيها لا يكرمون، وإذا كانوا مادة هذبة للسخرية أو الاستهزاء بصورة مفززة ومنهرة.

وكلما يعلم علم اليقين أن المُعلِّمين هم صانعو أجيال الأمة، رضياً أم أبيناً، فإذا نجحت وسائل الإعلام في إحباط المُعلِّمين وجعلهم لا يشعرون بالفخر والرهو وجعلهم غير راضين عن عملهم، وخففت أجهزة الإعلام من المركز الأدبي لمهنة التدريس ومن تقدير الناس لهذه المهنة، انعكس هذا ولا شك على سلوك المُعلِّمين داخل المدرسة، وانعكس ذلك أيضاً على سلوك المُعلِّمين مع تلاميذهم وطلابهم بصورة سيئة. وكثيراً ما يقل المُعلِّمون الساحطون غير الراضين هذا الإحساس وهذا الشعور إلى طلابهم.

ووسائل الإعلام قد لا تدرك أنها بمحاولاتها السخرية من المُعلِّم والاستهزاء منه فإنها تجعل أعداداً كبيرة من الشباب القادرين والممتازين عقلياً يحجمون

عن الالتحاق بكلّيات ومعاهد إعداد المُعلّمين وعن الدخول في مهنة التدريس، وبذلك تحرم الأمة من المُعلّم الفادر الناجح الذي يُعتبر صانع الأجيال وصانع الروح المعنوية والصحة النفسية للجيل الجديد.

لعلنا كلّنا شاهدنا مسرحية «مدرسة المشاعيين» تلك المسرحية التي شاهدها مليون متفرج وحفظها حوالى نصف مليون (كان ذلك في سبعينيات القرن العشرين)، وهي بالمأساة نذاع دائماً، وقد لاقت - وما زالت - رواجاً كبيراً، وهي مسرحية سخرت من المُعلّمين بشدة وبصورة مُبالغ فيها.

ولنصرب مثلاً آخر لما قد تلحقه وسائل الإعلام من ضرر بالصحة النفسية للأفراد من غير قصد، برنامج للأطفال في التلفزيون المصري يعرض في كل حلقة من حلقاته عشرات الصور للأطفال وكلّهم تقريباً يريدون أن يصبحوا في المستقبل أطباء أو مهندسين أو ضباطاً ولا يحاول البرنامج من خلال ما يقدمه من مادة علمية تبصير الأطفال وتبصير الآباء قبل الأطفال بأن المجتمع لا يطيق أن يكون كل أبائه أطباء ومهندسين وضباطاً، وإنه لا يُعقل أن يدخل كل شباب الأمة هذه المهن في المستقبل، كما أنه من الواضح أيضاً أن الأهداف الموضوعة لهؤلاء الأطفال أهداف غير واقعية.

الطفل إذا ثبت في عقله ووفر في نفسه منذ الصغر أن يكون طبيباً أو مهندساً أو ضابطاً ولم يتمكن من تحقيق ذلك في المستقبل - وهذا ما يحدث عادة بالنسبة لعدد كبير من الأطفال - فإن هذا الطفل إذا ألحق مستقبلاً بدراسة لا توصله إلى أهدافه غير الواقعية، التي وضعها لنفسه والتي عادة ما يكون قد فرسها عليه الكبار المحيطون به فإنه يشعر بالإحباط وحبية الأمل والفشل مما يؤثر تأثيراً سيئاً على سلوك الطفل في المستقبل وعلى تكيفه وتوافقه المهني عندما يكبر.

وكان الأولى بأجهزة الإعلام أن تساعد الأطفال والشباب على أن يضعوا لأنفسهم أهدافاً تعليمية واقعية حتى يتمكنوا من تحقيقها، وأن تؤكد من خلال برامجها المتنوعة على أن المجتمع يحتاج إلى كل عمل جيد وكل عمل شريف، وأنه خير للفرد أن يكون متفوقاً في دراسته أو عمل معين من أن يكون أحمقاً أو متخلفاً في دراسة أو عمل آخر.

ولا شك أن وسائل الإعلام إذا بذلت من الجهد ما يساعد الأطفال والشباب والكبار أيضاً على فهم أنفسهم وفهم نواحي القوة والضعف لديهم وعلى وضع أهداف واقعية لهم يمكنهم من تحقيقها والوصول إليها، فإنها بذلك تفرهم من الصحة النفسية وتساعدهم على التوافق والتكيف مع البيئة المحيطة بهم، فوسائل الإعلام يجب أن تكون وظيفتها تعديل الاتجاهات السالبة غير المرغوب فيها التي تسود الأفراد وتكوين اتجاهات موجبة مرغوب فيها.

كما أن من وظيفة وسائل الإعلام القضاء على القيم البالية التي لا تتماشى مع روح العصر، ومع ظروف المجتمع وث قيم جديدة محلها، فمثلاً نريد أن نثبت في نفوس الناس القيمة الكبيرة للعمل اليدوي الذي يحتاج إليه المجتمع احتياجاً كبيراً والذي أصبح يهين لصاحبه دخلاً مرتفعاً، ومع ذلك تطل الإذاعة والتليفزيون في الكثير من الأفلام والتمثيليات التي تقدم تنظر إلى العمل اليدوي نظرة محمضة ملحقة بذلك أشد الصرر بالمجتمع، ومسببة تحفيزاً للروح المعنوية وصيقاً نفسياً للأفراد الذين يعملون بأيديهم والذين قد يكونون من بين السامعين أو المشاهدين لمثل هذه الأفلام والتمثيليات

وإن كنت أجزم أنه في السنوات الأخيرة تعدلت النظرة العامة لتلك الفئات، بعد أن غرت القيم والأفكار التربوية الرائعة لأجهزة الإعلام جميعها.

٧ - تلعب أجهزة الإعلام دوراً مهماً وحيوياً في الترويج عن الناس والتحفيز عنهم، وذلك بما تقدمه لهم من برامج تساعد على شغل وقت فراغهم

وتسليتهم بعد فترات عمل شاق، وهذا لو تحقق بصورة مناسبة يكون له تأثيره الموجب المعيد على الصحة النفسية للأفراد. فمن النصائح التي تُقرب الأفراد للصحة النفسية أن يروحوا عن أنفسهم ويخرجوا عن جو العمل الشاق، وهذا ما تفعله وسائل الإعلام إذا أحصلت فيما تقدمه من جهد، فالمرء قد يمسى متاعبه وضغوط الحياة من حوله إذا شاهد مسرحية كوميدية هادفة أو غير مبتذلة، أو استمتع برواية عالية القيمة الأدبية والفنية، أو عاش مع برنامج إداعى أو تليفزيونى مسلي ومفيد.

٨ - يمكن لوسائل الإعلام متمثلة فى الصحف والإذاعة والتليفزيون تقديم جرعات مناسبة من الثقافة الدينية الرصينة، بحيث تميز الطريق أمام الأفراد وهم يعيشون فى هذا العالم الذى ينسجم بالاضطراب والمادية، وترودهم بالقيم التى تساعد على الحكم السليم للأمور التى قد تختلط عليهم عندما يصادفونها فى حياتهم اليومية.

ومن المهم بمكان أن تكون الثقافة الدينية المقدمة للناس بسيطة ومتمشية مع معطيات أو ظروف العصر، ومناسبة لاحتياجات الناس. ومما لا شك فيه فإن الثقافة الدينية إذا وصلت إلى الناس ووقرت فى نفوسهم سوف تساعد على تحقيق الطمأنينة والأمن والسلام النفسى الذى يفتقده الكثير من الناس فى هذا العصر.

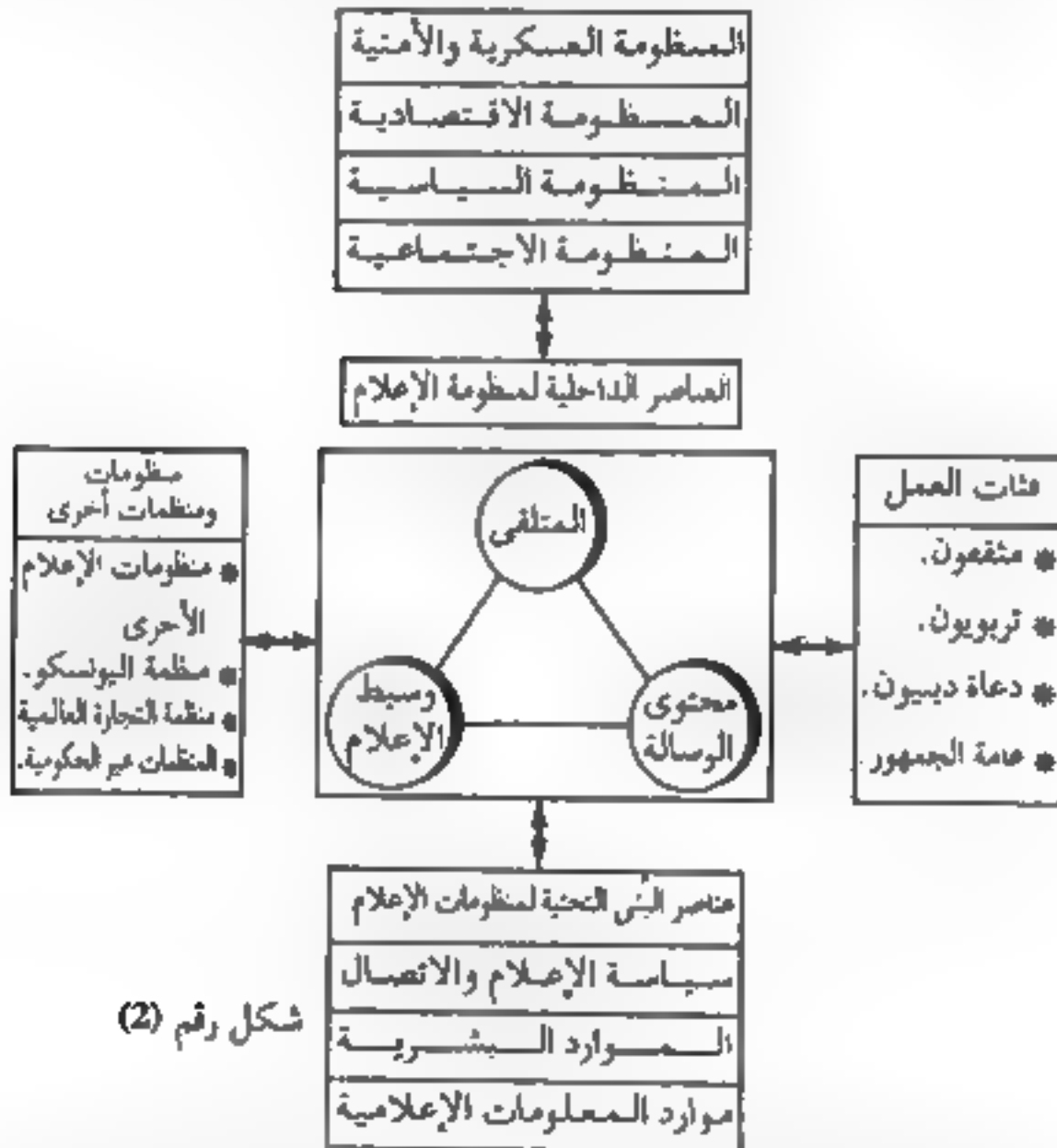
الفصل الخامس

الإعلام الحديث إطاره العام ..

أدواره .. تناقضاته

الإطار العام لمنظومة الإعلام الحديث:

- يوضح الشكل رقم (٢) الإطار العام لمنظومة الإعلام الحديث من منظور معلوماتي، يتضمن المكونات التالية:^(١)
- العناصر الداخلية لمنظومة الإعلام، وتشمل: محتوى الرسالة الإعلامية، الوسيط الإعلامي - متلقي الرسالة الإعلامية.
 - العلاقات الخارجية التي تربط منظومة الإعلام بالمنظومات المجتمعية الأخرى.
 - عناصر البنى التحتية لمنظومة الإعلام، وتشمل سياسة الإعلام والاتصال، والموارد البشرية من مذيعين ومخرجين ومعدّي يرماع وخلافه، وكذلك موارد المعلومات الإعلامية.



شكل رقم (2)

(١) بيل على الثقافة العربية وعصر المعلومات، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم

المعرفة، ديسمبر ٢٠٠٦م، العدد: ٢٧٦، ص ٢٨٦، ٢٨٧

علاقة الإعلام بمنظومة السياسة،

يُشكّل الإعلام أفكار الساسة وأقوالهم، وقد اقتربت مهمة رجال السياسة من مهمة الأداء العلى، حتى كادوا أن يصبحوا نجومًا إعلاميين، أمّا المواطنون، فمعظم ما يعرفونه من شئون السياسة يأتيهم من الإعلام، لقد لعبت الصحافة دوراً أساسياً في ظهور الدول الحديثة، وبلورة مؤسسة الحكم بالمؤسسات الأخرى، بل هناك من يعتقد أن بناء الدولة يعتمد، بصورة كبيرة، على تحويل مواطنيها إلى مشاهدين.^(١)

لذا نقول إن القيادة السياسية أدركت أهمية الإعلام، فعملت على رقابته من جانب، واستغلاله من جانب آخر، فما أن دخلت الطباعة أوروبا حتى سنت من أجلها القوانين والتراخيص، لكي لا يفلت زمامها فتثير تدمير الجماهير وتخنثهم على العصيان والتمرد.

وقد برع رجال السياسة في استغلال الإعلام، فكان الرئيس الأمريكي «رورفلت» يُخاطب أهل وطنه من خلال «الراديو» كأب يُخاطب أبناء أسرته، أمّا جاذبية «جون كيندي» الشخصية فقد سحج التلفزيون في أن يقدمها في صورة باهرة ليضعه بذلك على كرسي الرئاسة.^(٢)

وليس من الصعب على المرء قبول فكرة أن العاشستية التي شهدتها أوروبا في النصف الأول من القرن العشرين، كانت وليدة صناعة إنتاج الإعلام الجماهيري.^(٣)

Station Jon, cyberspace and the globalization of culture, in Porter, David, eds, Internet culture, (٧) ١٩٩٧, P. 264.

Levinson, Paul, Digital McLuhan - a guide to the information millennium, Routledge, Great (٣) Britain, P. 67

(٤) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٨٨.

علاقة الإعلام بمنظومة الاقتصاد:

علاقة الإعلام بالاقتصاد علاقة أخذت في النمو، ولا تعالى إذ نقول إن عولمة الاقتصاد تركز أساساً على عولمة الإعلام والاتصال، خاصة شبكة الإنترنت. وفي المقابل، فإن بقاء الشبكة أصبح يعتمد أساساً على دعم القوى الاقتصادية، وذلك بعدما أوقعت الحكومة الأمريكية دعمها للشبكة، تاركة مسئولية تمويلها لأهل التجارة الإلكترونية، وإعلاناتها، وهكذا تسير الإنترنت على الدرب ذاته الذي سارت فيه قبلها معظم وسائل الإعلام: صحافة، إذاعة، تليفزيون، وصناعة سينما هوليوود، والأخيرة معروفة بشدة ارتباطها بالمشاط التجاري ووكالات الإعلان.^(٥)

علاقة الإعلام بمنظومات الإعلام الأخرى والمنظمات الثقافية الدولية:

تجاورت العلاقة، بين منظومة الإعلام ومنظومات الإعلام الأخرى، حدود تبادل المعلومات إلى ما هو أكثر بكثير بسبب عولمة الإعلام، فقد احتدمت شدة المسافسة بين مؤسسات الإعلام المحلي، رسمية وغير رسمية، ومؤسسات الإعلام متعددة الجنسية التي أصبحت لا تُصدر برامجها فقط، بل تُصدر تنظيماتها وفلسفتها وتفصيل أدائها أيضاً.

ومن ناحية أخرى تزداد علاقة منظومة الإعلام بالمنظمات الدولية، وعلى رأسها منظمة اليونسكو فيما يخص منظومة الإعلام العالمي ككل، ومنطقة التجارة العالمية فيما يخص التجارة الإلكترونية، وأمور الملكية الفكرية لمحتوى الرسالة الإعلامية.^(٦)

(٥) المرجع السابق، ص ٣٨٨

(٦) محمود حماد الإعلام الإسلامى بين المكونات الفنية والرافدة والواقع فى وسائل الاتصال الحديثة، المملكة المغربية ١٩٩٦م، ص ٣٧.

علاقة منظومة الإعلام بالفتات الاجتماعية،

- مستشهد علاقة منظومة الإعلام بالفتات الاجتماعية تعبيراً جذرياً على
الحضات جميعها، وذلك بفعل دوافع مختلفة لكل فئة من هذه الفتات: (٧)
* المثقفون: حيث ترايد الدور الذي يلعبه الإعلام فى التنظير الثقافى الحديث
* التربويون: نتيجة ترايد دور الإعلام كمؤسسة للتعليم غير الرسمى.
* الدعاة الدييون: حيث انعكاسات عصر المعلومات على نظام القيم، ودور
الإعلام فى أمور الدعوة الدينية.
* عامة الجمهور: حيث أهمية التوعية العلمية والتكنولوجية فى عصر المعلومات،
وكذلك زيادة المناعة ضد أساليب الإعلام الحديث.

تغيرات فى دور الإعلام،

فل البعض خطأ أن إعلام عصر المعلومات ما هو إلا مجرد طعيان الوسيط
الإلكترونى على باقى وسائط الاتصال الأخرى، لكنه - فى حقيقة الأمر - أحطر
من ذلك بكثير، فالأهم هو طبيعة الرسائل التى تتدفق من خلال هذا الوسيط
الاتصالى الجديد، وسرعة تدفقها، وطرق توزيعها واستقبالها. لقد نجمت عن ذلك
تغيرات جوهريّة فى دور الإعلام، جعلت منه محورياً أساسياً فى منظومة المجتمع،
فهو اليوم محور اقتصاد الكبار، وشرط أساسى لتنمية الصغار ومما يؤكد محورية
الإعلام فى حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد الذى تحظى به قصاياها فى
المكر العلمى والتنظير الثقافى المعاصر: محافظاً كان أم ثورياً، حداثياً أو ما بعد
الحداثى، رأسمالياً كان أم دا توجه ماركسى، خلاصة القول إداً لقد ساد الإعلام
ووسائله الإلكترونية الحديثة ساحة الثقافة، حتى جاز للبعض أن يطلق عليها: ثقافة
الميديا، وثقافة التكنولوجيا، وثقافة الوسائط المتعددة وكما لُقّب «أرسطو» بالمعلم

(٧) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٨٩.

الأول، حار دولت ديزني^٨ على لقب المعلم الأعظم بعد أن باتت الثقافة، إعلامها وترفيهها تصنيعاً لا تنظيراً.^(٩)

العوامل الرئيسية لثورة الإعلام والاتصال:

وراء ثورة الإعلام والاتصال عوامل تقنية واقتصادية وسياسية معرض لها كالتالي:^(١٠)

١ - العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر. هناك، وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات، خاصة فيما يتعلق بالأقمار الاصطناعية، وشبكات الألياف البصرية. لقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفررت شبكة الإنترنت، التي تُشكل - حالياً - لكي تصبح وسيطاً إعلامياً يطوى بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك: الجماهيرية وشبه الجماهيرية والشخصية. لقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة، إذاعة، تليفزيون، وانعكس كذلك - وهو الأخطر - على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعيها ومتلقيها لقد انكمش العالم مكاناً وزماناً، وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخائلي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والعائب، وبين الاتصال مع كائنات الواقع المعلى والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

٢ العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد، وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورعوس الأموال، وهو ما يتطلب - بدوره - الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا المجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع

(٨) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٤٤

(٩) المرجع السابق، ص ٢٤٤، ٢٤٥.

الأنشطة الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها - أى المعلومات - سلعة اقتصادية فى حد ذاتها، تتأذى أهميتها يوماً بعد يوم. يقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هى وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق من جانب وتسمية التمرعات الاستهلاكية، ووسيلة توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وأفلام وألعاب وبرامج تليفزيونية من جانب آخر

٣ العامل السياسى. المتمثل فى الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور، والمحافظة على استقرار موازين القوى فى عالم شديد الاضطراب، راجع بالصراعات والتناقضات.

لقد تداخلت هذه العوامل بصورة غير مسبقة، فجاءت من الإعلام الحديث قضية شائكة للعامة، وساحة ساحنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية

تناقضات الإعلام الحديث،

الإعلام الحديث، كغيره من أمور العصر، بات فى معترك الطرق، فعلى الرغم من ثرائه النفسى وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مارال نظيره تأثراً بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات، وعلى ما يبدو فإن معظم فروع الثقافة: لغة وتربية وإعلاماً وإبداعاً، محكوم عليها بأن تحمل فى جوفها تناقضاً جوهرياً من نوع ما، فكان تناقص اللعبة فى ثنائية ثقافتها وعتمتها، وكان تناقص التربية فى تنازعها بين الوفاء بمطالب استقرار مجتمعاتها، ومطالب تغييره معها. أما الإعلام، فيكمن تناقصه فى حيرته بين رسالة الإعلام وهوى الإعلان، وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصالح المحكومين، وما بين حايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التى تعطى الأولوية للإعلام الترفيهى لا الإعلام التنموى. وهل هناك تناقص أكثر حدة وسحرية بين ما يدعيه الإعلام من كونه أداة للترفيه والترويح عن النفس، وما يثيره من «عنف ترفيهى» و«فرع معنوى»؟ وبينما ينتظر منه أن يكون وسيلة للترباط الاجتماعى والوفاق العالمى، نجده وقد

استخدم من أجل إشاعة التعصب والعصبية، والتفرقة الطبقية والعنصرية، ونسمة نزعات الكره تجاه الآخرين: أجنب كانوا، أم أصحاب فكر مناهضين.

ولم تكن مظاهر هذا التناقض الجوهرى فى صلب منظومة الإعلام أكثر وضوحاً مما هى عليه الآن، فى ضوء متغيرات عصر المعلومات، وكما هى الحال على جبهتى اللغة والتربية، فقد بات الإعلام - هو الآخر - فى أمس الحاجة إلى رؤية جديدة ومعايرة، فالمنظومة الإعلامية بصورتها الراهنة تُعد مثلاً صارخاً لإساءة استخدام التكنولوجيا، ويكفى دليلاً على ذلك، تلك الهوة الفاصلة بين عايات الإعلام وواقعها، وبين زيف أفئنته وحقيقة دوافعها.^(١٠)

الأدوات الإعلامية فى العصر الحالى بين الفلسفات الدولية المختلفة:

لقد تجسّد الإعلام فى وسائل وأساليب وأدوات عديدة ومتجددة ومتطورة، والإنسان منذ القدم كان يمارس الإعلام بعفوية دفعته إلى اعتبار المنطق وسيلة للتفاهم والإقناع، إن الإعلام فى أي مجتمع يُمثل الأداة الرئيسة المساعدة على تحقيق تقدمه المتطور باستمرار ونمائه المتزايد على الدوام، وذلك من طريق ما ينقله إلى جماهير المجتمع من أفكار ومفاهيم وقيم ومبادئ تساهم فى تحقيق تطورهم وتقدمهم ونمائهم المنشود اجتماعياً ومادياً وثقافياً

والحقيقة التى أكدناها وما زلنا نؤكد عليها هى أن أبرز صفة يمكن أن يوصف بها هذا العصر أنه عصر الإعلام والإنسان فى نظر رجال الإعلام (نفس إعلامية) تتغذى بالخبر وتنمو بالمكر وتتعاقد بالأسس، ومن هنا تبدو أهمية الإعلام فى السيطرة على جمهور الناس، وتوجيه مشاعرهم الوجهة التى يريدونها (الموجّه)، فإن وضعت فى الحبر كانت وسيلة لا تُضاهى فى البناء، وإن وصفت فى غير ذلك كانت شراً مستطيراً.

(١٠) النفاذة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٤٥، ٢٤٦.

والإعلام فى أغلب بلدان العالم يسير وفق سياسة مرسومة، ومنهج واضح،
مبين ما يستخدم مبادئ القائمين عليه والمسيرين له، ففى دول (المنظومة
الاشتراكية) كان يقوم الإعلام بدور فاعل فى الدعوة إلى الاشتراكية، وتنقيف
الجماهير بها، ودحض الأفكار والسياسات التى تحالفها، والنظرية الشيوعية التى
سقطت وكانت ترى أن وسائل الإعلام ليست إلا لخدمة سياسة الدولة الشيوعية
ومصالحها، ولتعبئة الرأى العام وربطه بمنهج الدولة وتوجهاتها. وفى دول العرب
الأوروبية والأمريكية نجد أن الحال هو نفسه من قيام الإعلام بالترويج للنظام الحر
والإشادة بالديمقراطية والرأسمالية والتحريض على الماركسية فكراً وسياسةً

ولكن الأمر مختلف لدينا فى البلاد العربية، لأن وسائل الإعلام لدينا قد
نشأت فى فترات احتلال الدول الكبرى للوطن العربى عسكرياً وفكرياً فجاءت
بشكل طبعى متأثرة به مظهرًا وجوهرًا، وحتى اليوم وبالرغم من استقلال معظم
هذه الأقطار ظاهرياً وإدارياً، فإن وسائل الإعلام لا تزال متأثرة إلى حد كبير بأفكار
الغرب وطبائعه. ^(١١)

وبالنسبة لمصر فقد نالت وسائل الاتصال اهتماماً كبيراً من المسئولين، كما
اهتمت الدولة بوسائل الاتصال الجماهيرية، وحكفت على توفير المزيد من هذه
الوسائل لأفراد الشعب، وأنشأت التليفزيون (العربى) فى يوليو من عام ١٩٦٠م
من القرن المنصرم، وراد الاهتمام بالنشاط الإذاعى، وكذلك اهتم العربون وعلماء
الفن والاجتماع بوسائل الاتصال محاولين فهم دورها وكيفية استخدامها فى
رفع المستوى التعليمى النظامى، والمستوى الثقافى والاجتماعى والاقتصادى
لأفراد الشعب، وهى توعية المجتمعات فى النواحي السياسية وغيرها. والفلسفة
الإعلامية قد تكون بناءة وقد تكون هدامة، فمن أهداف الإعلام البساءة القدرة
على ربط الفرد والمجتمع بمقيدته من خلال الحديث والقصة والمسرحية

(١١) الترميز التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ١٨ (بصرف).

والتمثيلية، وهو قادر على أن يشده دائماً إلى القيم العليا والأخلاق الكريمة، ويصرفه من الانحراف والجريمة أيّاً كان، فكما أن للإعلام الوجه الجميل المضيء البناء، فإن له وجهاً آخر قبيحاً مخيفاً إن هو وُضع في هذا السبيل، ولا مبالغ إذا قلنا إن ما يبنيه واعظ في دور عبادة، أو مُعلّم في مؤسسة تعليمية، أو داعية في منتدى، يمكن أن يهدمه الإعلام الممهر في ساعات، وذلك للقوى والسياسات الخفية والظاهرة المنحرفة التي تحكمه، وفي الحقيقة أن الإعلام إن وُضع في أيدي أمينة، وحكمته سياسة بناء هادئة، كان له أثر كبير وسريع على حياة الناس وتوجهاتهم.

إذاً الإعلام وسيلة ذات حدين، وأداة لها نتائجها ومحصلتها بحسب توجيه الإنسان لها، وتسحيه إياها، والإعلام السليم يستطيع أن يلعب دوراً بالغا في بناء الأمة وتكوين أجيالها، ودفعها في سلم الحضارة والرفق.

وإذا كانت فلسفتنا المصرية التربوية المتبعة في تربية الشراء تنحى إلى بث القيم الإيجابية التربوية وتعميقها في نفوس الأطفال، فإن الإعلام الموجه للطفل لا بد وأن يخدم هذه الفصبة. وإذا كان من المقرر تربوياً أن كل مرحلة من مراحل عمر الإنسان تحتاج إلى أهداف خاصة وأسلوب وتخطيط مختلفين عن المراحل الأخرى فإنه ولا شك أن القدرات العقلية والوازع النفسية والعواطف والانيول والاتجاهات والاهتمامات وحتى الرعبات تختلف من مرحلة إلى أخرى، ومن ثم يقوم التخطيط والتنسيق المنهجي تربوياً والبرامجى إعلامياً على أساس مرحلة العمر، ومن ثم أساس الخصائص النفسية والعقلية للفئة الموضوع لها المنهج أو الموجه إليها البرامج، شريطة أن يكون هذا الإعداد في إطار الأهداف الإيمانية والعقائدية مضبوطاً ومحكوماً بالقيم والمثل العليا كذلك، ولكن الاتفاق أو وحدة الهدف لجميع المراحل، لا يجمع بطبيعة الحال، الاختلاف في الأسلوب التربوي والإعلامي الموجه للأطفال في كل مرحلة، عن الأسلوب الموجه به برامج الكبار^(١٢)

(١٢) البرامج التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ١٩، ٢٠ (يتصرف).

الباب الثالث

سيكولوجية مُتلقي الرسالة الإعلامية

الفصل الأول

الاتصال الشخصي .. أهميته وخصائصه

أهم أدوار الاتصال الشخصي،

الاتصال الجماهيري هو الأداة الرئيسة للسلطة أو للقيادة في التعامل الاتصالي بالجماهير، ولكن، ماذا عن دور الاتصال الشخصي في إطار هذه العلاقة؟ من الواضح أن تعبيرات «السلطة» أو «القيادة»، وأيضاً تعبير «الجماهير» إنما هي تعبيرات مجردة، وعند التعمق في مدلول هذه التعبيرات يتضح لنا أنها جميعاً تُعبر عن مجموعات من الأفراد تتباين من حيث أحجامها السببية، وكذلك من حيث مواقعها في بناء القوة والتأثير داخل المجتمع، ولكنها في النهاية مجموعات من الأفراد.

وحقيقة الأمر فإن أفراد جماعات السلطة أو القيادة يمارسون كافة أشكال الاتصال الشخصي بين بعضهم البعض، فهم يتحادثون ويتناقشون ويتفاعلون.. إلخ، كأفراد ينتمون إلى جماعة، وفي حدود ما تسمح به إمكانيات الاتصال الشخصي. ومن ناحية أخرى، فإن أفراد جماعات الجمهور يمارسون نفس أشكال الاتصال الشخصي فيما بينهم كأفراد ينتمون إلى مختلف الجماعات الأسرية والمهنية والترفيهية إلخ. وتظل قنوات الاتصال الجماهيري هي السبيل لقل محصلة الاتصالات الشخصية بين أفراد السلطة أو القيادة إلى الجماهير.^(١)

إذاً يمكننا القول، أننا لا نستطيع أن نتصور إمكانية إحراز أى اتصال جماهيري مهما كان مستوى كفاءته دون أن تسبقه شبكة من الاتصالات الشخصية بين أفراد مخططيته، يتوصلون من خلالها إلى تحديد مضمونه وشكله وتفاصيله.. إلخ، بل إذا لا نستطيع إلا أن نؤكد أن نجاح أى اتصال جماهيري إنما يتوقف بدرجة أو بأخرى على مدى كفاءة الاتصالات الشخصية التخطيطية التي تسبقه.

(١) قلدرى حنى لمجلات من علم النفس - صورة الحاضر وجذور الماضي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠م، مكتبة الأسرة ص ١٣٦ (تصور).

خصائص وميزات الاتصال الشخصي،

البشر جميعاً أياً كانت مواقعهم أو أعمارهم أو انتماءاتهم يمارسون الاتصال إشباعاً لحاجة بشرية أصيلة لديهم، ولذلك فإنهم يمارسونه عادةً - بشكل تلقائي غير مقصود أو محطط سلماً. ومع تطور علوم الاتصال اتجهت اهتمامات المتخصصين لدراسة خصائص هذا النشاط التلقائي.

ولعل أهم خصائص وميزات الاتصال الشخصي كما توصلت إليها الدراسات ما يلي: ^(١)

أولاً: للاتصال الشخصي الغلبة في مجمل صياغة اتجاهات ومعارف البشر، فمن خلاله تتشكل الاتجاهات الأساسية للأفراد عند طفولتهم في إطار الأسرة، ثم في إطار المدرسة، وهي الاتجاهات التي تصبح أكثر مقاومة للتعديل بعد ذلك. ^(٢)

ثانياً: جماعات الاتصال الشخصي التلقائية، هي التي تقوم - وبشكل تلقائي أيضاً - بتصميم مضمون رسائل الاتصال الجماهيري. بمعنى تقييمها والحكم عليها ومن ثم تصديقها والتأثر بها إيجاباً، أو تكذيبها والتأثر بها سلباً.

ثالثاً: يتميز الاتصال الشخصي بأنه الأكثر استمرارية، بمعنى أن المرسل يستطيع أن يظل وراء رسالته، مكرراً إياها، ومعدلاً في مضمونها، كلما أتيحت له

(٢) المرجع السابق، ص ١٧٨، ١٧٩ (بتصرف).

(٣) بمسألة الحديث عن الاتجاهات، فإنه يمكن أن تقدم هذا التعريف الذي وضعه عالم النفس «ألبرت ألبرت» الاتجاه حالة من الاستعداد أو النأب العصبي والنفسي، تنتظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي في عمل استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثيرها هذه الاستجابة (علاء الدين كفاوي، محمد علي الشرفاوي، علم النفس، مراجعة د. فؤاد أبو حطب، القاهرة: وزارة التربية والتعليم، ١٩٩٣م، ص ١٠٧، ١٠٨) كما يمكن التأكيد بأن الاتجاه هو تنظيم ثابت نسبي، ولكنه قابل للتعديل والتغيير، ولكن عملية تعديل الاتجاه ليست بسيطة أو هينة إذا كان الاتجاه قد تكوّن في العمر، أو إذا كان من النوع المركزي، أو إذا كان واضح المعالم ذا مضمون محدد يقتنع به الفرد ووسائل الإعلام لها دور كبير في تعديل الاتجاهات بالنسبة للناس سواء بالأيدي أو الممنوعة (الكاتب).

الظروف المناسبة، والوقت الملائم دون الترام بتوقيت مسبق قد لا يكون هو التوقيت المثالى.

رابعاً: يتميز الاتصال الشخصى بأنه الأكثر مرونة بحيث يمكن تعديل الرسالة فوراً ووفقاً لمقتضيات الحال لتصبح أكثر إقناعاً وقابلية للتصديق وذلك من خلال التفاعل المتبادل بين المرسل والمستقبل (المتلقى)

خامساً: يتميز الاتصال الشخصى بما يتيح للمرسل من إمكانية رصد ومتابعة ما تحدثه رسالته من تعديل فى الاتجاهات بل وفى السلوك المعلى أيضاً فى كثير من الأحيان.

سادساً: إن الاتصال الشخصى التلقائى هو الأكثر انتشاراً حيث إنه يشمل أفراد المجتمع جميعاً، كما أنه يشمل أوقات صحوهم كلها أما الاتصال الجماهيرى فمهما بلغ اتساع جمهوره فإنه يستحيل عملياً أن يشمل أفراد المجتمع جميعاً وطيلة الوقت.

سابعاً: يتميز الاتصال الشخصى بأنه يحكم طبيعته ينضم وصول الرسالة إلى المستقبل أو المتلقى فالمرسل يتوقف تلقائياً عن الإرسال إذا انفض من حوله المستقبلون، كما أن لديه من الوسائل ما يمكنه من إثارة انتباههم إذا ما لاحظ انصرافهم عنه وشىء من ذلك لا يمكن ضمانه بالنسبة للاتصال الجماهيرى

ثامناً: إن الإنسان بطبيعته أميل إلى نسي ما يعتقد أنه شارك شخصياً فى إنجازهِ، كما أنه أميل إلى نقد وتمحيص ما ينلقاه جاهراً خاصة إذا ما كان موجهاً إليه من السلطة وبالتالي فإن تأثير الاتصال الشخصى الناجح على تعديل الاتجاهات يكون أكثر عمقاً وثباتاً.

تاسعاً: يتميز الاتصال الشخصى بذلك التبادل المستمر والسريع للأدوار والمواقع بين المرسل والمستقبل فخلال أغلب المفاشات أو التفاعلات

التلقائية يصعب أن نتصور مرسلًا بداوم الإرسال طيلة وقت الاتصال، ومستقبلًا أو متلقيًا بداوم التلقى طيلة ذلك الوقت.

عاشراً: تشير وقائع التاريخ الاجتماعي والسياسي للشعوب إلى أن الدعوات الاجتماعية الكبرى التي لعبت دوراً حاسماً في مسار التطور المعرفي والاجتماعي للبشر قد بدأت وقويت وازدهرت من خلال عمليات الاتصال الشخصي التي قام بها الداعية الرائد ولا يبدأ دور الاتصال الجماهيري - عادةً - إلا بعد أن يستتب الأمر لمثل هذه الدعوات، أي بعد أن تتمكن من السيطرة العملية على أجهزة الاتصال الجماهيري.

الاتصال الشخصي العمدى أو المخطط:

يتمثل جوهر هذا الاتصال الشخصي المخطط في تهيئة داعية مُدرَّب كفاء يتولى القيام بعملية الاتصال الشخصي لتحقيق هدف اتصالي مُحدد سلفاً. ولما كان هذا النوع من الاتصال الشخصي يتميز بالتخطيط المسبق، فقد كان طبيعياً أن يشمل هذا التخطيط حساباً لسيانته أو لحدود إمكاناته بالنسبة للأهداف الموضوعية له.

ونستطيع أن نوجز هذه الحسابات في التالي: ^(٤)

أولاً: إن الاتصال الشخصي المخطط يُعد أعلى وسائل الاتصال كلفة إذا ما وضعنا في الاعتبار حجم جمهور المتلقين. ولعل هذا هو ما يُفسر أن الحملات الإعلامية التي تستخدم الاتصال الشخصي لا تعتمد عليه وحده، كما أنها توجه عادةً إلى مجموعات بعينها من الأفراد الأشد تأثيراً على غيرهم، أي قادة الرأي، أو إلى الأفراد الأشد مقاومة للتعبير

ثانياً: يتميز الاتصال الشخصي المخطط بما يمكن أن نطلق عليه «التمركز حول الداعية»، بعبارة أخرى فإن الداعية في إطار هذا النوع من الاتصال يتخذ

(٤) لمحات من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٨١، ١٨٢ (ينصرف)

وبشكل أساسي موقع المرسل أو لقل «صاحب الرسالة». قد يتبادل النقاش مع المتلقي، يستمع إليهم ويحاورهم، ولكنه لا ينبغي له أن يتحلى عن موقعه كمرسل وإلا أصبحت عملية الاتصال عملية تلقائية خالصة أى فقدت خاصيتها المخططة وقد تعدد أشكال الاتصال الشخصى المخطط وتباين من الدوة إلى الزيارات المرلية إلى المقابلات الشخصية بأنواعها المختلفة إلى غير ذلك من أشكال، ولكنها جميعاً تعتمد فى النهاية على الداعية، فعليه يتوقف نجاح البرنامج الاتصالى فى تحقيق أهدافه، وإليه يرجع إحفاق هذا البرنامج وإهدار كل ما بذل من جهد فى تخطيطه وإعداده. بل إن هذا الإحفاق - إذا ما حدث - فإنه يمثل فى حد ذاته عقبة قد تعوق أية جهود اتصالية جديدة فى هذا المجال. ولعلنا نتساءل. هل تعد هذه الخاصية، أى التمرکز حول الداعية، ضمن حدود أو مخاطر الاتصال الشخصى المخطط؟ وعلى أى أسس؟

إن الاتصال الشخصى يتميز عن غيره من أنواع الاتصال بخاصية التفاعل المتبادل بين الداعية والجمهور، وذلك يعنى أن الداعية يكون فى متناول الجمهور بنفس القدر الذى يكون فيه الجمهور فى متناول الداعية، ولعل أول التساؤلات التى يطرحها الجمهور على نفسه، وقد يطرحها على الداعية هو ذلك التساؤل التقليدى: ترى هل الداعية شخصياً مقتنع بمضمون الرسالة التى يدعوها إليها؟ وهل هو ملتزم بهذا المضمون فعلاً؟ أم أنه مجرد حامل رسالة محترم؟

وفى هذه المواقف تتعرض مصداقية الداعية وبالتالى مصداقية الرسالة التى يحملها للاختبار قولاً وفعلًا.

الاتصال الشخصى والعلاقات الإنسانية:

لعله ممأ يستوقف المتأمل فى لغتنا العربية أن تعبير «الاتصال» مشتق من الفعل «وصل» ويشير مختار الصحاح فى هذا الصدد إلى أن تعبير وصل إليه

وصولاً أى بلغه، وأن الوصول صد الهجران. والمتأمل للعننا اليومية قد لا تعرفه كلمة «الوصول» ودلالاتها. الاتصال - إدا - بمعناه اللغوى، ووفقاً لاستخدامه فى لعننا اليومية إنما يعنى نوعاً من العلاقة الإنسانية الحميمية، المباشرة، والمتبادلة

والمتأمل لتطور العلاقات الإنسانية فى المجتمعات الحديثة قد يلحظ أنها بحكم تعقد الحياة، وزيادة التخصصات وتعمقها، فصلاً عن تطور التكنولوجيا الحديثة سواء فى المباني أو التنظيمات أو وسائل الاتصال، كل ذلك يدفع أبداً تلك المجتمعات إلى مزيد من العزلة والتفوق. صحيح أنهم لا يكفون عن ممارسة الاتصال الشخصى بمعناه الفنى العلمى، ولكنهم يبتعدون شيئاً فشيئاً عن ممارسة المضمون الشخصى الإنسانى لهذا الاتصال

إن الوحدة الأساسية للمجتمع البشرى هى الأسرة: مجموعة من الأفراد تربطهم علاقة وثيقة هى علاقة الدم فضلاً عن أنهم يعيشون معاً. ومن الطبيعى والأمر كذلك أن تكون الأسرة بمثابة البؤرة التى تصل فيها ممارسة الاتصال الشخصى بمضمونه الإنسانى إلى ذروتها. ولكنا نشهد مع تطور المجتمع حضارياً أن الأسرة قد صاقت نطاقها وتقلص حجمها، وحلت الأسرة النووية، أى الأب والأم والأبناء، محل الأسرة الممتدة التى كانت تضم إلى جانبهم الأحوال والأعمام والأجداد... إلخ. ومن ناحية أخرى فقد ازدادت سماكة الجدران التى تفصل بين كل أسرة وأخرى بفضل تطور تكنولوجيا البناء وتشيد البيات الضخمة الحديثة التى تضم العشرات بل المئات من الشقق التى أحكم عزلها عن بعضها فنياً. وقد كان المتوقع منطقياً بعد ذلك كله أن تزداد حرارة التفاعلات الانصالية الشخصية بين أفراد الأسرة بعد أن تقلص حجمها وأقيمت الجدران العنكبوتية بينها وبين جيرانها. ولكن ما حدث هو العكس تماماً، فثمة جدران أشد سمكاً قد ارتفعت مع التقدم الحضارى بين أفراد الأسرة وبعضهم البعض، وهى جدران أشد إحكاماً لأنها جدران نفسية: الكل مشغول بنفسه، يلهث وراء تحقيق أهدافه، لا يكاد الواحد منهم يجد وقتاً لمجرد الحديث الشخصى مع بقية أفراد الأسرة هذه إدا ما وجد فى نفسه

مُجرد الرغبة لإقامة مثل هذا الحديث لقد أصبح الحديث الشخصى الحميم فى
عديد من الأسر وخاصة فى المجتمعات المتقدمة ترقاً لا يستطيعونه.^(٥)

وأنا أقبل مشاهدات الدكتور «قدرى حفى» الشخصية حيث إنه
يستشعر أن هذه المظاهر أحذة فى الانتشار فى بلادنا كمصاحب لطبيعة نمط
التطور الحضارى العربى، فالعديد من الأبناء والأرواح والزوجات يحسون فى
لحظات استبصارهم بالحاج تلك الحاجة الإنسانية للاتصال، وللأسف، لا يجدون
حولهم من يستطيع إشباع حاجتهم تلك. فليس هناك من لديه الاستعداد أو الرغبة
أو حتى الوقت ليضيقه فى «دردشة» يبدو أنها بلا هدف، ولا حتى الاستماع إلى
مثل هذه «الدردشة»، فإذا ما اضطر محرجاً، تقبل الموقف منملاً وهو ينظر بين
الحين والآخر فى مباحته، أو متثائباً راجعاً فى إشباع حاجته للنوم باعتبارها أيضاً
ضمن الحاجات الإنسانية الأساسية، فإذا لم يصل إلى هدفه بالتأمل أو التناوب
فلا بأس من إبداء الاستعفاف والسحرة من مثل هذا «الكلام الفارع»، الذى لا
يعدو أن يكون مصبغة للوقت الثمين الذى ينبغي أن يستعمل فيما يفيد ولا يكون
أمام الشخص الذى يعاني من الجوع الاتصال، والذى جرؤ على التعبير عنه فى
لحظة استبصار شجاعة إلا أحد أمرين: إما أن يعود إلى قوقعته الانعزالية من
جديد، أو يعاود البحث - إذا ما غلبه إلحاح الحاجة - عن شخص يتحدث معه
حتى ولو كان غريباً إن نسبة لا يستهان بها من المترددين على العيادات النفسية
ليسوا مرضى بالمعنى الدقيق، وليسوا كذلك مجرد أفراد مدللين يبحثون
عن تسلية، إنهم فى أغلب الأحيان ليسوا سوى تعساء متألّمين، يعانون من مرض
الحضارة الغربية الحديثة واهواراتها: «الاحساس المرير بالعزلة إلى حد الاختناق»
ويطرح الدكتور «قدرى حفى» مجموعة من الأسئلة كتطلب إجابات شافية:

• هل من سبيل للتقدم الحصارى دون التردى فى هوة الانعزالية؟

• هل من سبيل للارتفاع بقيمة العمل دون التردى فى هوة الإدمان الشكلى للعمل؟

• هل من سبيل للارتفاع بقيمة العقلانية دون التردى فى هوة الاتجاه العلمى المتطرف؟

(٥) لمحات من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٨١، ١٨٢ (تصرف)

الفصل الثاني

الاتصال الجماهيري .. نشأته .. سماته ..

أهدافه .. أهم تحدياته

عوامل ظهور وانتشار الاتصال الجماهيري:

الضرورة الاجتماعية التي أدت إلى ظهور الاتصال الجماهيري تتمثل في ثلاثة عوامل متكاملة سوف نعرض لها كالتالي: ^(١)

١ - زيادة أعداد البشر:

إن فعالية الاتصال الشخصي - بحكم طبيعته - ترتبط بصغر حجم الجماعة التي يتم في إطارها الاتصال، وإذا ما تجاوز حجم جماعة الاتصال حداً معيناً تحولت نمط الاتصال إلى الشكل الأقرب للجماهيري، أو تفتت الجماعة إلى جماعات اتصالية أصغر تمارس الاتصال الشخصي.

لو تصورنا مجموعة من الأفراد يتوافدون على مكان ما لحضور حفل أو اجتماع معين، أو لحضور أية مناسبة اجتماعية أخرى، سوف نلاحظ أن أوائل الحاضرين - عادة - ما يتحدثون «معاً» في موضوع أو آخر، ومع تزايد عدد المتوافدين يتسع نطاق «الحديث معاً»، بعبارة أخرى يتسع نطاق ممارسة الاتصال الشخصي، فإذا تجاوز حجم الجماعة حداً معيناً لاحظنا أحد أمرين: قد تنقسم الجماعة إلى مجموعات أصغر أو «شلال» يتحدث أفراد كل «شلة» مع بعضهم البعض في موضوع أو آخر. أما إذا كان نمة موضوع مهم يجذب اهتمام أفراد الجماعة جميعاً - وقد يكون هذا الموضوع هو السبب المعلن لاجتماعهم - فإنهم عند بلوغ حجم الجماعة حداً معيناً يكفون عن «الحديث معاً»، ويبدأون في الانتظام وفقاً لقواعد اتصالية معينة: يستمعون لمحاضرة مثلاً، أو لموسيقى، أو لعبير ذلك.

هذا، وتشير نتائج بحوث علم النفس الاجتماعي إلى أنه يصعب جداً إقامة تفاعل شخصي مباشر بين أفراد جماعة يزيد عدد أفرادها على خمسة عشر فرداً،

(١) لمعلن من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٧٢ - ١٧٤ (مصرف)

وكلما قلَّ العدد عن ذلك كان التفاعل أفصل . وإذا ما صدق ذلك على جماعة لا يتجاوز عدد أفرادها العشرين، فكيف بنا إذا ما كنا بصدد الآلاف بل والملايين من البشر؟ كان لابد إذاً لكي يتحقق اتصال فعال بين هذه الجماهير الغفيرة، دون أن تنتمت إلى جماعات صغرى معزولة عن بعضها البعض، كان لابد من ظهور نمط جديد من أنماط الاتصال إلى جانب النمط الأصلي للاتصال الشخصي.

٢ - اتساع المعمورة:

إن أعداد البشر لم تتزايد فحسب، ولكن المساحة المعمورة المأهولة بهم قد ترامت أطرافها وتباعدت، ولم يعد ممكناً والأمر كذلك أن تفي الأنماط التقليدية الأصيلة للاتصال وعلى رأسها الاتصال الشخصي بإشباع الحاجة الاتصالية للتفاعل بين قاطبي هذه المساحات المترامية الأطراف

إن الاتصال الشخصي بحكم طبيعته يقتضي أن يتواجد أفراد جماعة الاتصال معاً بحيث يتبادلون التأثير الاتصالي، ومع التقدم التكنولوجي لوسائل الاتصال (البريد - الهاتف - الراديو - التليفزيون - العاكس - التللكس - الإنترنت...) أصبح الاتصال غير المباشر أكثر إغراء حتى لو توافر القرب المكاني نسبياً، فالأيسر مثلاً أن اتصل بصديقي هاتفياً بدلاً من زيارته وما قد تتكلمه تلك الزيارة من جهد ووقت لكلينا.

خلاصة القول أن التباعد المكاني، بالإضافة إلى التقدم التكنولوجي قد ساهما - فضلاً عن التزايد السكاني - في تشكيل الضرورة الاجتماعية التي حتمت ظهور وانتشار الاتصال الجماهيري.

٣ - تبلور ظاهرة السلطة المركزية،

لقد تطورت الجماعة البشرية من الأشكال القبلية بسيطة العدد، ومحدودة المكان، إلى أشكال أكثر تركيباً وتعقيداً، ولعلنا نتوقف قليلاً أمام ظاهرة القيادة،

من قيادة القبيلة إلى قيادة الأمة أو الدولة، والدور الذي تلعبه العملية الاتصالية بالنسبة للشكل الحديث للدولة المركزية المعاصرة.

لقد أصبحت الدولة المركزية الحديثة في حاجة إلى نوع جديد من أنواع الاتصال، أصبحت تحتاج نوعاً من أنواع الاتصال يضمن وصول الرسالة من المركز إلى جماهير الدولة في نفس لحظة إرسالها. نوعاً يضمن التحكم في مضمون هذه الرسالة المركزية حيث تكفل الحد الأدنى المطلوب من تشكيل الوعي الجماهيري المشترك، وتكفل كذلك تأكيد استمرارية صورة السلطة المركزية لدى الجماهير. ولم يكن من قبل المصادفة - والأمر كذلك - أن يُطلق على هذا العصر «عصر ثورة الاتصالات» فهو بلا شك عصر بلغ السلطة المركزية أوجها في المجتمعات المتقدمة والمتخلفة على حد سواء.

ولسا في حاجة إلى عرض الأدلة، واستعراض نتائج البحوث المتخصصة للتدليل على جوهرية الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيري بالنسبة لكيان الدولة المركزية المعاصرة. يكفي أن ننظر إلى ما يجري حولنا في العالم المعاصر ليتضح لنا أن السيطرة الحادية على مقر الإرسال المركزي للإذاعة والتليفزيون في أية دولة معاصرة لا تقل أهمية بحال من السيطرة على مقر الحكم ذاته، وأن احتلال هذه السيطرة إنما يعني مباشرة اهتزاز السلطة المركزية للدولة.

ولا تقتصر تلك الظاهرة على نسق الدولة فحسب، بل إنها تشمل أيضاً كافة أنساق التنظيمات المركزية المعاصرة كالأحزاب والنفابات... إلخ، فكل نسق تنظيمي مركزي يحرص كل الحرص على «تأمين» أداة الاتصال الجماهيري الخاصة به، ويعتبر أن تهديدها هو تهديد مباشر لكيانه.

سمة الاتصال الجماهيري:

السمة الرئيسة هي غياب مستقبل أو متلقي الرسالة عن مرسلها عيانياً يكاد يكون تاماً، فعلى المستوى الفيزيقي لا يكون مستقبل الرسالة متواجداً عادةً في

موقع الارسال، بل قد تفصله عنه آلاف الأميال، إن غياب المتلقى هي حالة الاتصال الجماهيري لا يقتصر على العياب المكاني فحسب، رغم أهمية هذا النوع من العياب بالنسبة لعملية التواصل بين المرسل والمستقبل، فالعياب في هذه الحالة يكون غياباً معلوماتياً أيضاً، فالمرسل لا يكاد يعرف شيئاً يقينياً عن المتلقى، بل إنه لا يستطيع حتى أن يعرف ما إذا كان ذلك المتلقى المجهول قد تلقى رسالته بالفعل أم لا. وإذا لم يكن قد تلقى الرسالة فهل ذلك امتناع منه عن تلقيها؟ أم جهلاً منه بموعدها؟ أم لعدم ملائمة موعدها له؟ أم كان ذلك بسبب إعاقة تقنية (تكنولوجية) تتعلق بأجهزة الارسال، أو أجهزة الاستقبال، أو بمدى عدم ملائمة العوامل الجوية.. إلخ؟

أما إذا كانت الرسالة قد تم تلقيها أو استقبالها، فمن هو ذلك الشخص الذي استقبلها؟ قد يكون طعلاً أو شاباً أو كهلاً، قد تكون امرأة وقد يكون رجلاً، قد يكون متعلماً أو جاهلاً، غنياً أو فقيراً، ريفياً أو حضرياً، مغربياً أم مصرياً، مقيماً أو مغترباً، مسلماً أو مسيحياً، مؤمناً أو ملحدًا. إن لكل من تلك الصفات المجهولة أهميتها البالغة فيما يتعلق بخصوصائص الرسالة الإعلامية الملائمة سواء من حيث الشكل أو المضمون حتى أن رسالة معينة قد تكون ملائمة تماماً لعنة من المستقبلين، وتكون نفس الرسالة بالغة العموص، أو مثيرة للخلل، أو حتى الاستفزاز بالنسبة لفئات أخرى من المستقبلين.

كل ذلك وعيره أمور يستحيل على المرسل معرفتها بشكل يقيني، ومباشر، ومستمر، فهل يمكن له أن يستعنى عن مثل تلك المعرفة، ثم يستمر في إرساله مؤملاً أن يكون ذلك الارسال ارسالاً فعالاً؟ بل هل يستطيع المرسل ابتداء ومهما كانت قدراته الفنية أن يشرع في بث رسائله إلى هذا المستقبل المجهول؟

لعلنا نؤكد للإجابة على هذه التساؤلات أنه لا يوجد البتة من يرسل رسالة إلى (لا أحد) أيًا كان المرسل، وأيًا كان محتوى الرسالة، وأيًا كانت نوعية

الاتصال . لا يوجد بالطبع متحدث بدون مستمع، ولا مرسل دون مستقبل، وإذا ما
تعذر التواصل المباشر المحدد لذلك المستقبل، فإننا - لكي يتمكن من
الارسال - نقرص وجوده، بل وقد يصطع له من الخصائص والصفات ما يقترب
أو يبتعد عن الحقيقة وفقاً للقدر المتاح لنا من المعلومات ^(١)

هدف الاتصال الجماهيري:

إن هدف الاتصال الجماهيري أبداً كان مضمونه هو إحداث تأثير معين في
اتجاهات الجمهور المتلقي، أو ما يطلق عليه «تشكيل وعي الجمهور» ونحى عن
البيان أن إحداث مثل هذا التأثير يقتضى ابتداء أن تكون الرسالة الإعلامية في
مداول الجمهور المقصود، كما يقتضى أيضاً أن يصدق الجمهور المتلقي تلك
الرسالة الموجهة إليه، وإلا فإنها لن تحدث تأثيرها المرجو، بل لعلها تحدث تأثيراً
سلبياً معاكساً. ويحرص صناع رسائل الاتصال للجماهيري المتطورة على ذلك
ببذل كل الجهد وتسخير كافة الإمكانيات التكنولوجية، وكذلك العلوم
الاجتماعية لكي تكون رسائلهم أكثر إقناعاً وأشد قابلية للتصديق. ^(٢)

أهم التحديات التي يواجهها الاتصال الجماهيري:

إن أخطر وأهم التحديات التي يواجهها الاتصال الجماهيري في العالم
المعاصر تتمثل في أمرين: ^(٣)

الأمر الأول . هو التطوير التكنولوجي لوسائل الارسال بحيث ينسج مداها، وتزيد
سرعة تدفقها، وتقل تكلفتها، ويسهل استقبالها

الأمر الثاني . هو تطوير أساليب الإقناع ورفع درجة المصداقية، ومن ثم تحقيق
التأثير المطلوب لدى المستقبلين.

(٢) لمحات من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٨٨، ١٨٩ (يصرف).

(٣) المرجع السابق، ص ١٧٦، ١٧٧ (يصرف).

(١) نفسه، ص ١٩٠

ومصدر هذا التحدى يكمن فى أن الرسالة الجماهيرية بتلقاها الأفراد - عادةً - فى جماعات، ويكون مرجعهم الأساسى فى تصديقها أو عدم تصديقها هو شبكة اتصالاتهم الشخصية المتبادلة داخل جماعاتهم.

ولكى يتضح ما يعنيه، فلتنظر إلى مجموعة من الأفراد يلتفون حول جهاز التليفزيون يستقبلون برنامجاً يعنى مشكلة تهمهم، كيف يكون استقبالهم لهذا البرنامج؟ إنهم لا يستقبلونه صامتين، بل إنهم عادة ما يعلقون عليه، بل ويدبرون حوله نقاشاً، أى يمارسون شكلاً من أشكال الاتصال الشخصى، وتكون محصلة تلك التعليقات والمناقشات المتبادلة تحديد مدى مصداقية الرسالة بالنسبة لهم وبالتالي درجة تأثيرهم بها إيجاباً أم سلباً.^(٥)

عموماً فإن الفائمين على أمور الاتصال الجماهيرى، قد ابتكروا وما زالوا يبتكرون العديد من الأساليب فى محاولات دعوية لسد تلك الفجوة بين المرسل وجمهور المستقبلين. ويدخل فى هذا الطاق، الإعلام ببحوث استطلاع آراء الجمهور فى الرسائل الإعلامية الموجهة إليهم. وكذلك الحرص على زيادة معدل الاشتراك الجماهيرى فى البرامج الإذاعية والتليفزيونية.^(٦)

(٥) ذات من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٧٧ (يتصرف).

(٦) المرجع السابق، ص ١٩٠

الفصل الثالث

الرسالة الإعلامية .. أهدافها .. خصائصها ..

ديناميات استقبالها

أهداف وخصائص الرسالة الإعلامية:

يتفق معظم الساحثين على أن الاتصال Communication يهدف إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التالية:^(١)

١ - توفير المعلومات.

٢ - تيسير التعاون.

٣ - تحقيق الذات.

ولكى تتحقق هذه الأهداف كلها أو بعضها فإن هناك شروطاً ينبغي توافرها، ومن بين هذه الشروط، ما يخص المرسل، ومنها ما يخص المستقبل، ومنها ما يخص الرسالة.

وضوح الرسالة:

وضوح الرسالة هو من أبرز الخصائص التي يوصى بها المتخصصون، إذا أريد لها أن تحقق أهدافها، ولكن هذه الخاصية وجدت من يرعى أنها إذا تحققت في الرسالة، فإنها لن تؤدي إلى أفضل النتائج تحت ظل ظروف معينة، بمعنى أن الوضوح - وإن كان أمراً مطلوباً - إلا أن الملاحظة المباشرة تدلنا على أن الإنسان في كثير من الحالات يسمى إلى معيشة حالة من عدم الوضوح من خلال عملية اتصالية يقوم بها، وذلك كما يذكر «كرونكايت»، ومن ذلك على سبيل المثال، مشاهدة الأفلام الملغزة (التي تحمل قدراً من الغموض والألغاز)، والدخول في مراهبات غير مضمونة النتائج، والاشتراك في جدل حول قضية معقدة ودات جواب مهمة. صحيح أن كل الأطراف تتنافس أو تتصارع أو تتعاون من أجل حل الغموض، ولكن عملية الاتصال في حد ذاتها تمر بالفعل خلال ارتقائها بمناطق

(١) Cronkhite, Gary, Communication and Awareness. commungs Publishing, California. 1976, P. 26.

غامضة، وقد تنتهى العملية ويجد المرء نفسه لم يبرح المنطقة التى كان فيها عند بداية العملية الاتصالية.^(٢)

من ناحية أخرى قامت دراسة تحاول أن تكشف عن طبيعة العلاقة بين عدم اليقين وازدياد درجة التفضيل لموضوع من موضوعات الاتصال، ومن بين من اهتموا بهذا الجانب «بيرلين» Berlyne الذى يشير إلى أن العلاقة بين عدم اليقين وازدياد درجة التفضيل لموضوع من موضوعات الاتصال علاقة مستقيمة، أى أنه كلما ازداد الشك أو عدم اليقين إزاء مادة الرسالة، ازدادت درجة التشويق والاستثارة والتفضيل لمحتوى ومضمون هذه الرسالة.^(٣)

فى حين يرى آخرون أن العلاقة بين عدم اليقين وإصدار حكم تفضيلى، علاقة منحنية، بمعنى أنه كلما لردادت الرسالة غموضاً، بما يؤدي إليه ذلك من تشكك أو عدم يقين، زادت درجة التفضيل حتى مستوى معين، ثم تبدأ العلاقة بعد هذا المستوى فى التدهور.^(٤)

العملية الإبداعية المصاحبة لصنع الرسالة الإعلامية؛

العملية الإبداعية المصاحبة لصنع الرسالة عبارة عن جهد مُركَّب يبذله المبدع (صانع الرسالة) لاقتحام عالم مليء بالغموض والأسرار، ولعل من أبرز خصائصها تلك الحالة من الاستكشاف المتتالى بما يصاحبه من تناوب للوضوح والغموض على المجال الوجدانى والمعرفى والجمالى للمبدع.^(٥)

(٢) مصرى عبد الحميد حنورة، سيكولوجية الخلق الفنى، القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٥م، (مشورات جماعة علم النفس التكاملى)، ص ٨٥، ٨٦.

(٣) Berlyne, D. E. Studies in the New Experimental aesthetics. John Wiley, Washington, 1974. P. 60.

(٤) عبد السلام الشيخ، بعض متغيرات الشخصية الشارطة لتفصيل مشغولات القود المرئية، القاهرة، ١٩٧٨م، (رسالة دكتوراة - جامعة القاهرة)، ص ٥٠.

(٥) مصرى عبد الحميد حنورة الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الرواية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩م، ص ٢٣٤، ٢٣٥.

من ذلك يمكن أن نتصور أن الرسالة، والرسالة الإعلامية على وجه الخصوص، تحمل بين طياتها، وتملك من خصائصها، ما يمكن أن يؤثر إلى درجة كبيرة في استجابات الأفراد يوضح ذلك أكثر، ما يشير إليه الدكتور «مصطفى سويف» من أن العمل العسى رسالة موجهة من الأنا إلى الآخر بقصد استعادة «الحن»^(٦).

ولكن هذا يمسّر لنا الأبعاد الكبرى ولا تقترب كثيراً من خصائص نوعية المنبهات المعروضة على الإنسان وطريقة عرضها، ألا يمكن أن يكون اختلاف طبيعة المنبهات وطريقة بثها، وأساليب تلقيها، مما يترتب عليه آثار في جانب أو آخر من جوانب العملية الاتصالية؟

يجيب عن هذا التساؤل دراسة أجراها «وولفولك» Woolfolk ناقش فيها بعمق، طريقة تقديم وعرض المعلومات في عملية الاتصال، فقد فارق بين ما أسماه الأسلوب التأكيدى في العرض، وأسلوب اللامعقول، الأسلوب التأكيدى يعرض المنبهات عرضاً متتالياً في اتساق ووضوح ومباشرة وتأكيد، وأسلوب اللامعقول يعرض المنبهات عرضاً شاذاً غير متسق لا يستجيب مباشرة للمنبهات أو الرسائل الأسبق مه.

وقد توصل هذا الباحث إلى أسلوب اللامعقول Absurd في العرض، كان أكثر تشويقاً وأكثر فاعلية، من حيث إنه يستفز قدرات الإنسان ويستثير فضوله ويشد انتباهه، ويحد من سلطان التماذى أو القصور الذاتى والتلقى المسترخى للمعلومات، على حين أن الأسلوب التأكيدى المباشر، كثيراً ما يحمل معه الملل والشعور بالاكتهاء وعدم الرغبة في الاستكشاف.

ومن المفروغ منه أن لامعقولية العرض تتعلق في جانب أساسى منها بالطريقة التى تتسلسل بها العناصر والمكونات التى تتشكل بصورة غير معتادة لدى من يتلقاها.^(٧)

(٦) مصطفى سويف. الأسس النصية للإبداع العسى في الشعر حامية، القاهرة. دار المعارف، ١٩٧٠م، ص ١٧٥
Woolfolk, Robert, Aburd communication as an adjunct to assertion training Psychotherapy, (٧)
P 13.

من كل ما سبق يمكن أن نخلص إلى الأفكار التالية^(٨)

١ - إن عملية الاتصال تعتمد ليس فحسب على مضمون الميّهات، أو على وسيلة البث، أو على خصائص المتلقى، بل هى عملية ذات طبيعة تركيبية ارتقائية متشعبة أيضاً

٢ - إن الحاجة إلى الوضوح كخاصية مميزة للعمل المعروض ومميزة للشباط المبذول ليست فى جميع الأحوال بذات الفاعلية الأكبر هى العائد المأمول من العملية الاتصالية، بل ربما كان عدم اليقين والغموض وخصوصية عناصر الرسالة، مما ينتج أثراً أعمق وأبقى.

٣ - إن الخصائص الإبداعية فى العملية الاتصالية تمتد فتشمل الرسالة وصابها ومنلفيها والقناة الحاملة لها.

ديناميات الاستقبال،

ثمة نمطان أساسيان لاستقبال رسائل الاتصال الجماهيرى: النمط الفردى والنمط الجماعى. لقد أفرز التقدم الحصارى الغربى - فيما أفرز - ظاهرة العزلة. وقد يلاحظ المتأمل لتطور العلاقات الإنسانية فى المجتمعات الحديثة، أن تلك المجتمعات تدفع بأبنائها إلى مرئ من العزلة والتفوق الفردى، ويوجع المفكرون العربون تلك الظاهرة إلى تعمق الحياة، وسرعتها، وزيادة التخصصات وتعمقها، فصلاً عن تطور التكنولوجيا الحديثة سواء فى المباني أو التنظيمات أو وسائل الاتصال. ولذلك فإن النمط العال لاستقبال وسائل الاتصال الجماهيرى فى إطار تلك الحضارة هو النمط الفردى، أن نسمع وحيداً، وأن ترى وحيداً. وقد يكون ذلك أمراً مغريباً فى مجتمع يعانى من الصوضاء بل والاستقبال الجبرى للبرامج الإذاعية أو التليفزيونية وإن لم يكس الأمر كذلك تماماً من حيث مقتضيات الصحة النفسية، فإن للضحيج أصراء بطبيعة الحال ولكن للعزلة مخاطرها دون جدال

(٨) ميكولوجية التدوير النفسى، مرجع سابق، ص ٨٩، ٩٠

عموماً فإن نمط الاستقبال المردى لم يصبح بعد النمط الشائع في بلادنا، والأمر لا يرجع فيما نرى إلى العامل الاقتصادى وحده، فالأجهزة التكنولوجية التى تتيح للفرد أن يستمتع للمذيع أو للكاميت وحيداً وسط الجماعة، لم تلق رواجاً كبيراً رغم توافرها، وهى ما يبدو فإن الأمر قد يكون متعلقاً بعصر أصيل من عناصر طابعها القومى، ما زال يقاوم العزلة والمردية.

إن النمط الأكثر انتشاراً في بلادنا لاستقبال رسائل الاتصال الجماهيرى هو النمط الجماعى. ثمة جماعات تستمع معاً إلى الإذاعة، أو تشاهد التليفزيون معاً. ونستطيع أن نلاحظ تلك الظاهرة في بعض المقاهى والنوادر خاصة في أوقات مباريات كرة القدم أو المسلسلات أو غير ذلك، حتى إن البعض يقرر صراحة أنه لا يستطيع أن يستمتع بمتابعة مباريات كرة القدم دون صحبة تشاركه المتابعة، حتى لو لم يكن يعرف أحداً منهم معرفة سابقة. وذلك فضلاً عن الاستقبال الجماعى الأسرى، ولعله الأوسع انتشاراً.

نرى ماذا يعنى ذلك الاستقبال الجماعى؟ إنه يعنى أولاً أن ثمة جماعة قد اتفقت على الاستقبال مشاهدة أو استماعاً. وهو يعنى ثانياً أن تلك الجماعة قد اتفقت أيضاً على اختيار ما سوف تشاهده أو تستمع إليه. فكيف يتم ذلك؟، لعلنا لا نجد صعوبة كبيرة في استنتاج ديمامية الاتفاق في حالات النوادر أو المقاهى، فالقرار يصدر عادة عن المسئول الذى قد يكون صاحب المقهى، أو أحد مديرى النوادر، والذى يصعب في اعتباره تفضيلات عالية الرواد ولا يكون أمام الرافضين إلا أن ينسحبوا في صمت.

أما بالنسبة لاستقبال الأسرة الجماعى، فإن الأمر يختلف كثيراً، فجهار الاستقبال وخاصة في حالة التليفزيون يكون عادة ملكية عامة للأسرة، شأنه شأن مائدة الطعام على سبيل المثال، ومن ثم فإن كل فرد من أفراد الأسرة يرى لنفسه حقاً في استخدامه بالصورة التى ترضيه، ويحدث كثيراً بطبيعة الحال أن

تتباين آراء أفراد الأسرة فيما ينبغي الاستماع إليه أو مشاهدته. ترى كيف يتم
حسم هذا الموقف؟

إن الأمر يتوقف عادةً على نمط التفاعل في الأسرة، والذي يختلف من
أسرة إلى أخرى، قد نجد في أسرة معينة حرصاً على تغليب رأى الأعلية، وقد
نجد أسرة أخرى تغلب رأى الأكبر سناً، توقيراً واحتراماً أو تغلب رأى الأصغر
سناً، عطفاً وتديلاً. أو تخضع لرأى الأعلى صوتاً والأسلط لساناً، إشاراً للسلامة،
أو تغلب رأى الضيف، مجاملة وتادياً، أو تغلب رأى من يعول الأسرة اقتصادياً،
اعتراضاً بعضله أو تحوفاً من غضبه. أو لعلها تغلب رأى الأم، أو الذكر، أو الأنثى،
أو المريض، أو العائد من السفر.. إلى آخر تلك الاحتمالات، ولكل احتمال منها
مبرراته بطبيعة الحال.

وبقى سؤال: ماذا عن الأقلية أى أولئك الذين لم ينته الأمر إلى ما كانوا
يرجون؟، الاحتمالات عديدة أيضاً، والأمر يتوقف بالطبع على طبيعة العلاقات
السائدة بين أفراد الأسرة، إلى جانب الخصائص المميزة لكل فرد. وعلى أية حال
فثمة احتمالات رئيسية ثلاثة:

الاحتمال الأول: أن يسحب المعارض تاركاً للجماعة ممارسة اختيارها كما
تشاء، مكتفياً بالانسحاب.

الاحتمال الثانى: أن يبقى المعارض مختاراً أو مضطراً ومستسلماً فى صمت،
مشاركاً الجماعة فى استقبال الرسالة التى احتارتها، بل وقد
يندمج فى المتابعة بعد قليل، متخلياً عن رأيه القديم.

الاحتمال الثالث: أن يبقى المعارض أبصاً، ولكنه يستمر فى محاولة دفع الجماعة إلى
تغيير قرارها، بالإلحاح أحياناً، أو بتسخيف ما يتابعوه أحياناً أخرى،
ولكنه فى النهاية يظل متواجداً فى إطار مجموعة التابعة^(٩)

(٩) لمحب من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٩٥ - ١٩٧ (يكسوف).

الفصل الرابع

متلقى الرسالة الإعلامية..

إيجابيته ودوافعه

لماذا يتجه المتلقى إلى جهاز الاستقبال ويدير زر التشغيل؟

يقصى الإنسان جانباً كبيراً من حياته مشاهدًا، سواء فى يقظته أو فى منامه، كما يقصى حياته كلها مستمعًا. وإذا كانت مشاهدة الأحلام تتم بعيداً عن إرادة المشاهد، فإن تلقى الرسالة التليفزيونية سلوك إرادى تمامًا، حيث يستطيع الفرد أن يسمح، أو لا يسمح بوصول الرسالة إليه، بمجرد ضغطه على زر صغير.

وكذلك الحال بالنسبة للاستماع، صحيح أن المرء لا يستطيع بإرادته أن يمتنع عن سماع الأصوات المحيطة به، فضلاً عن تلك الموجهة إليه قصدًا، ولكن استماعه إلى المذياع (الراديو) يتوقف إلى حد كبير على إرادته. ففى مقدوره أن يتلقى الرسالة الإذاعية لو شاء، وفى مقدوره أيضاً أن يمتنع عن تلقيها إذا ما قرر ذلك، ولذا فمن الملائم أن نتساءل: ترى لماذا نُقدم على فتح أجهزة الاستقبال؟ إن الإقدام على فتح جهاز الاستقبال يعد الشرط السلوكى الأول للبدء فى عملية الاتصال الجماهيرى، وذلك بصرف النظر عن الاستمرار فى استقبال الرسالة أو الانصراف عن استقبالها، وبصرف النظر أيضاً عن درجة وطبيعة التأثير الذى يمكن أن تحدثه تلك الرسالة.

ولو سألنا أنفسنا لماذا نتجه إلى جهاز الاستقبال وندير زر التشغيل، لوجدنا أن الإجابات قد تتعدد وتتناب، ولعل أهم أنواع تلك الإجابات يمكن تصنيفها على الوجه التالى: ^(١)

١ - العادة.

فى كثير من استطلاعات الرأى تُعيب نسبة كبيرة بأنهم إنما يفتحون أجهزة الاستقبال بحكم العادة، بمعنى أنهم فى حقيقة الأمر لا يسعون لتلقى رسالة بعينها وغالباً ما يلاحظ بالنسبة لهؤلاء أنهم نادراً ما يقترحون من معانيح تعبير الموجات، أو البحث عن المحطات.

(١) لمحت من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٩٤ - ١٩٥ (بصرف).

٢ - الملل والوحدة:

كثيرٌ منا يفتح جهاز الاستقبال بدافع الاحساس بالملل، بحثاً عن تغيير، مُجرد تغيير، أو بدافع الضيق بالوحدة وبحثاً عن الوتيس، حتى لو كان الوتيس مصطنعاً والملاحظ أن هؤلاء قد يميلون كثيراً إلى تحريك مؤشر الموجات، أو القنوات، ولكن دون هدف مُحدد، بل لمُجرد مقاومة الملل والوحدة.

٣ - الفصول والمجاراة:

ليس صحيحاً أن الجميع بدون استثناء مولعون باستقبال الرسائل الإعلامية المرئية والمسموعة، فلكثيرين هواياتهم واهتماماتهم التي تستحوذ على الجانب الأعظم من وقتهم. ولكننا مع ذلك ندر أن نجد حتى من بين هؤلاء مَنْ لم تمتد يده قط للمدياع أو التليفزيون ليتمتع. وعالماً ما يكون ذلك نتيجة أنهم قد سمعوا من الآخرين، أو قرأوا في الصحف أن ثمة برنامجاً متميزاً أو مثيراً للمجدل فسعوا إلى استقباله فضولاً ومجاراةً. ثم قد يعودون بعد ذلك إلى سيرتهم الأولى، أو أن تنجح محطة الإرسال في ضمهم إلى جمهورها.

٤ - الإقدام القسدي:

ثمة ما نستطيع أن نطلق عليه المستقبل المحترف، إنه ذلك المستمع أو المشاهد الذي يفتح جهاز الاستقبال عامداً متعمداً، وفي أوقات محددة بالذات، ولا استقبال برامج بعضها دون أخرى. وعادةً ما تكون اختيارات مثل هذا المستقبل قد تحددت عبر فترة زمنية طويلة نسبياً، بحيث يصعب تغييرها.

٥ - الاستقبال الإجباري:

صحيح أننا قد أشرنا إلى أن تلقى رسائل الاتصال الجماهيري يتوقف إلى حد كبير على إرادة المستقبل، ولكننا كثيراً ما نتلقى تلك الرسائل مجبرين، جاز يرفع صوت المدياع أو الكاسيت فنشاركه الاستماع إلى ما اختاره هو، مجبرين. ريادة

لأسرة ما، قد تجبرنا على مشاهدة ما يشاهدون، الروح والروحة والأبناء مولعون بمتابعة برنامج معين، وضيق المكان يجبر الباقين على المشاهدة أو الاستماع. إلخ.
إيجابية المتلقى،

قد يعتقد البعض أن المرسل هو الطرف الفعال، أى الذى يقوم بالعمل كله، وما على المتلقى إلا أن يستقبل، أى أنه الطرف السلبي، والأمر بالطبع ليس كذلك، فالمتلقى مشارك إيجابى أصيل فى العملية الاتصالية، إنه لا يتخذ فحسب قراراً إيجابياً بالاستقبال، بل تتوالى قراراته الإيجابية، فمماصل بين الاستمرار والتوقف منتهياً إلى قرار بهذا الشأن، بل إنه فضلاً عن ذلك، غالباً ما يمارس خلال استقباله للرسائل الإعلامية كافة عمليات النقد والحكم والتقييم، صحيح أنه يقوم بذلك بعيداً عن المرسل، ولكنها نفس مشكلة المرسل الذى يبعث برسائله دون مواجهة المتلقى وفى النهاية فتلك هى طبيعة عملية الاتصال الجماهيرى، بل لديها أهم أوجه قصوره، ذلك الحاجز المادى الذى يفصل بين المرسل والمتلقى.
المتلقى وهىض متدفق من الرسائل الحسية،

يتلقى الجهاز العصبى الإنسانى فى كل لحظة الآلاف من الرسائل الحسية المتنوعة بين البصرية والشمية والتذوقية والسمعية واللمسية، وتنوع كذلك مصادر تلك الإشارات الحسية، فمنها الحشوى الداخلى، ومنها الوارد من البيئة الخارجية، وإذا أضفنا إلى ذلك كله تلك الإشارات ذات الطابع الحسى والصادرة عن أحلام اليقظة وأحلام اليقظة التى قد لا تكون وثيقة الصلة بالعالم الموضوعى، وإذا قلنا أيضاً حقيقة أن تدفق تلك الإشارات الحسية يبدأ بالفعل قبل أن يولد الطفل ويستمر دون توقف ولو للحظة حتى نهاية حياته، لانتصح لما أى طوفان حسى ذلك الذى يتعرض له الجهاز العصبى الإنسانى. ولانتصح لنا كذلك أن الرسائل الإعلامية المتنوعة تمثل جانباً فحسب من تلك الرسائل المنهمرة على المتلقى أو المستقبل، وأنها بالفعل تتعرض بالفعل لمناسبة ضاربة.

وفى داخل الجهاز العصبي، وعلى قمته المخ، حيث يتم تصنيف وتجميع هذه الإشارات الحسية لتكتسب معنى، أى لتصبح معلومات يتم التصرف السلوكى على أساس ما تعنيه. بعبارة أخرى فإن الإنسان لا يتصرف استجابة، لمجرد تلقى إشارة حسية معينة، بل إنه يتصرف وفقاً لتفسيره لتلك الإشارة، أى وفقاً لمعناها.

ولكى تتحول الإشارات الحسية إلى معلومات ذات معنى، فهذا أمر لا يتم آلياً، بل إنه يتوقف على عددٍ من العوامل، لعل من أهمها ^(١)

١ - المعلومات السابقة:

إن كافة المواقف، والخبرات التى يتعرض لها الفرد يتم تخزينها وفقاً لنظام مُحكم بحيث يمكن استدعاؤها عند الحاجة. وتلعب الخبرات السابقة المتعلقة بنفس الإشارة أو بنمط تلك المجموعة المعينة من الإشارات دوراً مهماً فى تفسيرها فالإشارة التى سبق أن تلقاها الإنسان وأثارت خبرة معينة، سوف تستثير لديه فى حالة تكرارها، نفس الشعور بالخبرة السابقة ومن ثم فسوف تدفع فى اتجاه التصرف بما يتناسب مع الخبرة القديمة بعبارة أخرى فإن المعنى يتوقف بدرجة كبيرة على طبيعة السمعة التى سبق أن اكتسبتها الإشارة الحسية المعينة، إن أذان الصلاة، ومدفع الإفطار، وأجراس الكنائس، والموسيقى المميرة لنشرات الأحبار، وتلاوة القرآن الكريم، وتراثيل الإنجيل، وصفارات الإبدار، لا تتم الاستجابة لها باعتبارها مجرد إشارات صوتية، رغم أنها جميعاً من الساحة الفيزيائية ليست إلا كذلك، بل تتم الاستجابة لها وفقاً لمدلولها، أى وفقاً لمعناها، أى وفقاً لسمعتها السابقة لدى المتلقى أو المستقبل. ولذلك قد تتباين استجابات الأفراد حيال نفس الإشارة، تبعاً لمعناها الخاص بكل فرد منهم.

(٢) لعل من علم النفس، مرجع سابق، ص ١٩٠ - ١٩٣ (يتصرف)

ومن المعروف أن تلك السمعة السابقة للإشارة الحسية، تكاد تستعصى على التعديل، ولذلك يطلق عليها أهل الاختصاص في العلوم النفسية مصطلح «الصورة الذهنية الجامدة».

٢ - الدافعية^(٢)

للإنسان دوافع شتى تدفعه صوب تصرفات بعينها، مثل: الجوع والعطش والخوف والجنس والمكانة الاجتماعية وتحقيق الذات . إلخ، وكلما ازداد إلحاح دافع معين طلباً للإشباع، لزدادت شدة دفعه للمرد صوب التصرفات التي تؤدي إلى إشباعه، وعادة ما يتجسد ذلك في أمرين:

الأمر الأول: أن يبحث المرد عن الإشارات التي ارتبطت من خلال خبراته السابقة بإشباع ذلك الدافع بالذات، وبالتالي فإنه يهدف حواسه لتلقى تلك الإشارات بشكل خاص.

الأمر الثاني: أن تلقى شدة إلحاح الدافع بظلالها على عملية تفسيره للإشارات الحسية بشكل عام، بحيث إن تفسيراته لشئى الإشارات المشابهة تتخذ معانى ترتبط سلباً أو إيجاباً بذلك الدافع

إن رؤية السراب باعتباره ماء، ليست خداعاً بصرياً فحسب، بل إنها تعبير عن شدة الظمأ، أى إلحاح دافع العطش كذلك فإن تفسير صوت حفيف الأشجار ليلاً بأن لهاً يختبئ فيه الحديفة، ليس مجرد خداع سمعى فحسب، بل إنه تعبير عن إلحاح دافع الخوف.

(٢) الدافع Motive هو طاقة داخل الفكرى المحي تدفعه إلى القيام بسلوك أو نشاط معين سواء أكان حركياً أم فكرياً أم تخيلياً أم انفعالياً أم سيولوجياً. تحقيقاً لهدف معين هو إشباع هذا الدافع وتحتل دوافع الفرد الخاصة صفة كانت أم مكتسبة، شعورية كانت أم لا شعورية أهمية بالغة في بنائه النفسى، وفى أوجه نشاطه المختلفة، فهو الذى تلجج المرد للقيام بكافة أنواع السلوك، وهو الذى تكس وراء كافة ما يقوم به من نشاط حتى إن الماثون النفسى يقول «لا سلوك بدون دوافع».

(مرج عبد القادر طه وآخرون. موسوعة علم النفس والتحليل النفسى، ط١، الكويت: دار معاد الصلاح، ١٩٩٢م، ص ٢٢٥ - ٢٢٧، بتصرف).

٣ - مُجمل الموقف الراهن:

من المستحيل أن يتلقى المرء فى ظروف حياته المعتادة إشارة واحدة مفردة بل إنه يلقى فى كل لحظة ما يمكن أن يُطلق عليه موقفاً مزدحماً من الإشارات، تتداخل فيه الإشارات البصرية والسمعية واللمسية والشمية والذوقية، كما تتداخل فيه الإشارات الولودة من مختلف المصادر، أى الحشوية والحارجية. ويتوقف معنى الإشارة الحسية، ومن ثم طبيعة الاستجابة السلوكية لها، على نوعية الإشارات المحيطة بها، أى على معنى الموقف الإجمالى ومن ناحية أخرى فإن معنى الموقف الإجمالى قد يتغير كليةً بتغير يطرأ على إشارة واحدة من الإشارات المكونة له.

إن رؤية حيوان مفترس، وسماع زئيره، لهو أمرٌ كميلٌ بإثارة الرعب، ولكن إضافة القضبان الحديدية إلى مقدمة المنظر المرئى، يحول الموقف بأكمله من موقف مشير للرعب إلى موقف قد يتسلى به حتى الأطفال الصغار. فإذا ما غاب عن هذا الموقف الإدراكى الحديد منظر الفعل الحديدى الذى يُخلق باب ذلك الحيوان المفترس، عاد الموقف إلى إثارة الرعب من جديد، فإذا ما وسع الرائي من مجال إبصاره لتدخل فيه رؤية إطار خشبى يحيط بمكونات الموقف جميعاً تحول الأمر إلى مجرد مشاهدة فيلم تليفزيونى مثلاً.

٤ - القيم والمعايير:

يقوم المجتمع من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية لأبنائه بتزويدهم بمجموعة من القيم والمعايير التى توجه سلوكهم وتصرفاتهم. ولما كانت الأسرة هى أهم المؤسسات الاجتماعية التى تتولى عملية التنشئة الاجتماعية وخاصة بالنسبة للصغار، فإنه لمن الطبيعى أن تختلف وتساين تلك القيم والمعايير من جماعة إلى أخرى داخل نفس المجتمع، فضلاً عن تباينها بطبيعة الحال من مجتمع لآخر. وما يعنينا فى هذا المقام هو تأثير تلك القيم والمعايير على تفسير الفرد للمؤشرات الحسية التى يتعرض لها.

إن الاستجابة الطبيعية للمتألم هي الاستعداد عن مصدر الألم، والاستجابة الطبيعية للجائع هي الاقتراب من الطعام، كما أن الاستجابة الطبيعية للشبعان هي عدم الاقتراب من الطعام، أي اللامبالاة.

إن الطفل يتعرف تلقائياً عندما يقوم الطبيب بحقه بمصل التطعيم مثلاً، إنه يصرخ ويسحب ذراعيه بعيداً، بل وقد يحاول الفرار، تلك هي الاستجابة الطبيعية، ولسفر إلى طمأنينة وقد كبر وأصبح راشداً، حين يضطر لحلق أحد أعمامه مثلاً، متعرّضاً لألم يعرف كثيراً ألم التطعيم القديم، أتراه يصرخ ويحاول الفرار؟ ترى ما الذي قد تغير؟ لقد تعلم هذا الشخص أنه لا يجوز للكبير أن يترك لتلقائيته العنان في التعبير عن ألمه، إذاً لقد اكتسب معايير الكبار.

الباب الرابع

الأثار التي تترتب على تكنولوجيا الاتصال
والإعلام الحديثة

الفصل الأول
الأثار التكنولوجية

تغيرات تكنولوجية وسلوكية:

من وجهة نظر الصناعات السمعية والبصرية فإن العوامل البيئية تنقسم إلى عوامل تكنولوجية وعوامل سلوكية، وتمثل التغيرات التكنولوجية الأساسية في تطوير الأجهزة السرعة في تزويد شبكات المعلومات بحصيلة قوية بالدقة ومن الألياف البصرية، والإمكانات الجديدة العالية لنقل المعلومات من خلال الأقمار الاصطناعية، والاختفاض في تكاليف التخزين الرقمي وعمليات التشغيل، ووفقاً لقانون «مور» فإنها تخفص بمعدل ٥٠٪ كل ١٨ شهراً، والتطور كذلك في تكنولوجيا التصوير الرقمي بالفيديو، وكذلك التكنولوجيا المنصرفة أو صغيرة الحجم.

أما التغيرات السلوكية المهمة فهي: الألعاب المترابطة باستخدام لوحات المفاتيح الخاصة بالكمبيوتر أو غيره من الأجهزة، واستخدام أجهزة الريموت كونترول والمحركات اليدوية للتعامل مع الكمبيوتر والتليفزيون وآلات اللعب، والتقبل لأجهزة الاتصال المرئية التي تتجاوز أجهزة الاتصال التليفوني الصوتية، وذلك بسبب الخبرة المترابطة بأجهزة العاكس والبريد الإلكتروني والشبكة الدولية العكسوتية (الإنترنت)، وكذلك الألعاب بذلك التحكم المتزايد الخاص من جانب الفرد في خبراته الخاصة المتعلقة بالفيديو، وهو تحكم ينبع أو ينبغي له أن ينبع مباشرة من أسعار شرائط الفيديو التي يستخدمها، وما يدفعه من أجل القنوات التليفزيونية المشفرة، أو ما يدفعه من أجل مشاهدة بعض الأفلام على بعض القنوات.. إلخ.^(١)

إن هذه المجموعة الكبيرة من التغيرات التكنولوجية والاجتماعية هي التي دفعت تلك الثورة الخاصة التي نشاهدها الآن، والمتعلقة بعصر الفيديو الجديدة، والتي أبرزها دون شك ميديا الصورة.

(١) عصر الصورة، مرجع سابق، ص ٤٢٢.

مزيد من أجهزة المعلومات النقالة:

فرصت الحياة العصرية على الإنسان أن يظل على اتصال دائم ومباشر بمصادر معلوماته، وأماكن عمله، ومعيشتة، وهو الأمر الذى أدى إلى التوسع فى أجهزة المعلومات النقالة التى لم تعد مقصورة على الراديو الترانزستور، فهى تشمل حالياً الهاتف النقال، وكمبيوتر راحة اليد، وذاكرة الجيب الإلكترونية وغيرها هناك صراع محتدم حالياً من أجل السيطرة على هذه الأجهزة من ذوات الشاشة الصغيرة.^(١)

هذا، ويتسابق عمالقة صناعة الاتصال فى دمج كل هذه الخدمات المعلوماتية فى جهاز واحد صغير يجمع بين الهاتف والتليفزيون والتعامل مع الإنترنت بجانب استخدامه بمنزله جهاز كمبيوتر شخصى نقال.

من سيطرة المرسل إلى خيار المتلقى:

لقد هانى المتلقى كثيراً من سطوة القابض على «محبس» الإرسال الإعلامى، ويأمل الجميع أن تحرر تكنولوجيا المعلومات المتلقى من قبضة مرسله، فمثلاً تسعى هذه التكنولوجيا إلى تحرير القارئ من قبضة مؤلفه، والمتعلم من قبضة معلمه، ومستخدم برامج الكمبيوتر من قبضة مصممه، مثلاً فعل غيرها، تسعى نظم الاتصال إلى إصغاء الطابع الشخصى على عملية التلقى، بحيث يكون للمتلقى الخيار فى اختيار رسالته الإعلامية، سواء من حيث المحتوى أو الشكل أو وقت استقباله لها، فقارئ الجريدة سيكون بإمكانه أن يحدد موضوعاته المفضلة وشكل إخراج جريدته ومواعيد صدورها، ومشاهد التليفزيون سيكون بإمكانه أن يحدد البرامج التى يفضلها، والأوقات التى تناسبه لمشاهدتها، وذلك باستخدام ما يُعرف بنظام «الفيديو تحت الطلب» demand-video-on كما يتوقع الكثيرون، سيهمل توجه ترك الخيار للمتلقى إلى حد أن تصبح لكل شخص - فى زمن ليس

UNESCO, World communication report, unesco Publications, France, 1997, P. 33. (٢)

بعيداً وكالة الأساء الخاصة به، وذلك من خلال الوكيل الإعلامي الدكي الذي يمسح الإنترنت طولاً وعرضاً، ويستعرض قنوات اليوتيوبر ومحطات الإذاعة، ويطلع الصحف اليومية والمجلات الدورية، ويتابع وكالات الأنباء، بحثاً عما يليى رغبات من ينوب عنه، ويتفق مع بروقيه الإعلامي.^(٣)

إن تكنولوجيا الوكالة الذكية هذه، هى الوسيلة الفعالة لمواجهة إعصار المعلومات، فمنّ ما باستطاعته أن يقرأ الصحف اليومية، ناهيك عن أعدادها الخاصة لعطلة نهاية الأسبوع، أو يتابع الحركة الهادرة لتجدد المعلومات عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الجماهيرى التقليدية.

إن صناعة الإعلام تتحول - تدريجياً - من نمط الدفع بالمعلومات (PUSH) التى يُريد المرسل أن يبتها، أو يدفع بها، إلى مستقبله أو متلقيه، فاضاً عليه توقيتات استقباله إياها، إلى نمط السحب (Pull) الذى يُعطى المتلقى حرية انتقائية، أو سحب المعلومات التى يريدّها وفى الوقت الذى يشاء.

فى ظل هذا التوجه، تكاد المؤسسات الإعلامية أن تتحول إلى «مستودعات للمعلومات»، تعمل بأسلوب أقرب ما يكون إلى أسلوب «البوفيه المفتوح» ينتقى منه المتلقى ما يحتاج إليه ويصله، وقد يُسر هذا التوجه لإعطاء الخيار لمستقبل الرسالة الإعلامية، السر وراء ما توليه الدراسات الإعلامية - حالياً من اهتمام شديد بعنصر «المتلقى» فى منظومة الإعلام الحديث. عسى ألا يكون ذلك مجرد وهم بديمقراطية رائعة كفرع متقدم من وهم الديمقراطية السياسية الرائف، حيث يخشى الدكتور «نبيل على» أن يقف توجه إعطاء الخيار للمتلقى عند حدود الالتزام التسويقي بمبدأ «المستهلك أولاً».^(٤)

(٣) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٦٦، ٣٦٧

(٤) المرجع السابق، ص ٣٧٦

أما على المستوى العربي، فلقد اعتاد المتلقي العربي، في ظل سيادة المرسل على الوجبات الإعلامية الرحيصة، فهل يمكن لنا، في ظل توجه محورية المتلقي، أن نعيد إليه حقوقه وهيبته، وكما هو متوقع، لن نكون ميرة إضماء الطابع الشخصي متاحة، في البداية على الأقل، إلا للقلة القادرة على تحديد مطالبها المعلوماتية، ودفع ثمن هذه الخدمة الاتصالية المتميزة ولكن لا بد أن اقتصاديات الحجم ستدفع شركات تقديم هذه الخدمات الإعلامية، الخاصة والمتخصصة، إلى تخفيض رسوم خدماتها بما يضمن لها قاعدة عريضة من المستهلكين بعرض زيادة جاذبيتها إعلانياً.

على صعيد آخر، فإن توجه محورية المتلقي يتطلب تعديلات جوهرية في أجهزة الإعلام العربي، سواء من حيث التنظيم أو أسلوب الإدارة والتسجيل، والأخطر من هذا وذاك، هو ضرورة توافر الإمكانيات لإنتاج سلع إعلامية متميزة قادرة على المنافسة، بعد أن أصبح سوق الإعلام الأجنبي سوقاً للمتلقى فيه الكلمة العليا، وإن عجرت وسائل إعلامنا المحلية عن تلبية مطالبه، فلا بديل أمام المتلقى العربي إلا اقتناء سلعته الثقافية من الخارج: وكما ستورد البضائع الأجنبية ذات الجودة العالية سيزداد استيراد الإعلام ليعاد توزيعها بعد تعريبها ودبلجتها.^(٥)

(٥) المرجع السابق، ص ٢٧٦، ٢٧٨ (يصرف).

الفصل الثاني

الأثار المعلوماتية والثقافية

أولاً، الآثار المعلوماتية،

المزيد من البرامج، والمزيد من التخصص،

يمكن القول إن الإعلام يصبو نحو «التوسع»، ونحو «التخصص» في آن واحد، فمؤسسات الإعلام لا تتوقف عن زيادة برامجها وموارد معلوماتها وماسقذ توزيعها، في الوقت نفسه الذي يترايد فيه التوجه نحو الإعلام المتخصص.

ولعل من أبرز مظاهره الآن: (١)

• المجالات المتخصصة

• محطات التليزيون المتخصصة في الأخبار والإعلام الثقافي والتعليمي والديني.

• انتشار ظاهرة إذاعات المئات الاجتماعية والجلليات الأجنبية والجامعات الدينية.

وهناك من يزعم أن صناعة الإعلام ستتحول تدريجياً إلى أد نصيح على هيئة «بوتيكات» لبيع المنتجات المعلوماتية ذات الطابع الخاص

إن هذا التوجه المردوح نحو التوسع في البرامج، والتعمق في التخصص، سيغير من نمط الاستهلاك، مع تضخم البرامج والتقنوات والمواد الصحافية ستتحول عمليات القراءة والاستماع والمشاهدة إلى ما يمكن أن نطلق عليه «التلقي الانتقائي المنقطع»، إنه تشظى «إعلام ما بعد الإنترنت» وقد سرى إلى جبهة الاستقبال، ويمكن اعتباره صدى لتشظى الحادث على مستوى الإرسال وشظايا رسائله. وهو ما سيفضي حتماً إلى تعبيرات جذرية في الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمحتوى، وأيضاً من حيث مداها الرمزي الذي يحو نحو القصر بإطراد.

أما من حيث المنظور العربي فالدكتور «نبيل علي» يرى أنه لن يوفر سوق الإعلام العربي الكتل الحرجة لتحقيق مطالب الجدوى الاقتصادية لإنتاج

(١) Negroponte, Nicholas, Being Digital, Hodder and stoughton, Great Britain, 1995, P. 84.

المجلات المتخصصة، إلا في مجالات محدودة للغاية. وتصدر المجلات العربية المتخصصة - عادة - كنسخ مُعرَّبة للمجلات الأجنبية، وهو ما يحدث حالياً بالنسبة إلى الكمبيوتر والديكور والأرياء وما شابه. من جانب آخر، فإن القنوات التليمزيونية التعليمية تشكو من نقص شديد في البرامج، وما زال أسلوب التلقين المباشر هو النمط السائد في بث رسائلها التعليمية.^(١)

حرية التداول، وتهميش الاحتكار،

في حين كانت الحكومات وجمعيات الحقوق والمصانع قادرة في الماضي على تنظيم التداول للمعلومات والحفاظ على احتكار بعض الأسواق، فإن القوى التي تقوم بذلك ستختفي مع التطور الخاص بظهور منافذ جديدة للاقتراب من خدمات المعلومات بالطبع سيكون هناك احتكار بالنسبة إلى الشركات التي تمتلك إنتاج التكنولوجيا العالية الجديدة وتسويقها، والتي يقل منافسوها، لكن هذه السمة ستتخف تدريجياً، ومع ذلك سيظل الاحتكار موجوداً في مواجهة ذوي الدخول المنخفضة، وكذلك الجيران الأقل تعليماً من الناحية التكنولوجية.^(٢)

ثانياً، الآثار الثقافية،

التضحية بالثقافة،

علاقة الإعلام بالثقافة هي - في جوهرها - علاقة النوع بالكل، إلا أنهما كثيراً ما يتداخلان إلى حد التطابق^(٣) يشهد على ذلك التداخل الشديد بين السياسات الإعلامية والسياسات الثقافية، وما أكثر ما يترادف في خطاب التنظير الاجتماعي الحديث، مصطلح «الإمبريالية الثقافية» مع مصطلح «الإمبريالية الإعلامية». إن

(١) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٦٨، ٣٦٩.

(٢) عصر الصورة، مرجع سابق، ص ٤٢٤.

(٣) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. المسحور الأول للسياسات الثقافية والاتصالية في الوطن العربي، تونس: ١٩٩٩م، ص ٩.

الإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للمفكر الثقافي والسياسة الثقافية، وهو بجانب كونه تجسيداً لثقافة عامة، فهو أيضاً نافذة تطل منها على ثقافة «الخاصة»

وجاءت الإنترنت لتؤجج لهيب العلاقة بين الإعلام والثقافة، فهي تجمع ما بين كونها وسيطاً إعلامياً، وكونها مساحة لقل بصاعة الثقافة، من مراكز إنتاجها إلى مناطق استهلاكها، بطريقة أقرب ما تكون إلى أسلوب «توصيل الطلبات إلى المنازل» وعلى ما يبدو فكما حول إعلام ما قبل الإنترنت المواطنين إلى مشاهدين، فإن إعلام ما بعد الإنترنت في طريقه إلى تحويل هؤلاء المشاهدين إلى مستهلكين^(٥)

والإعلام في معظم البلدان العربية هو طفل السلطة المدلل، في حين تظل علاقة هذه السلطة بالثقافة - عموماً - أقل ما يقال عنها إنها من الأمور الثانوية ولا مانع من أن تلغى وزارة الثقافة، وتُحال مهامها إلى أجهزة الإعلام كما حدث في بعض الدول العربية.^(٦)

إن لهذا الاختلال في الثقل السياسي بين الإعلام والثقافة آثاره السلبية العديدة، ولا جدال في أن فصل سياسة الإعلام عن السياسة جريمة لا تُغتفر، خاصة في عصر باتت فيه الثقافة محورياً رئيساً لعملية التنمية، في حين أصبح الإعلام من أهم الوسائل لتحقيق هذه التنمية. ومن حسن الطالع أن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم قد أدركت ذلك، فقامت أخيراً بإعداد وثيقة خاصة بالتنسيق بين السياسات الإعلامية والثقافة.

إن السقطة الوعية في إطار استراتيجية طويلة المدى لإعلام ما بعد الإنترنت، تتطلب منا طرح قضاياها الإعلامية في سياقها الاجتماعي الأشمل، فلا يكفي أن يكون لكل صحيفة وإذاعة ومحطة تلفزيون عربية موقعها على الإنترنت، فهذه أمور انتقالية وجزئية، إن الأهم هو أن نؤمن لإعلامنا موقعاً حصيناً على الخريطة الجيو اتصالية في عصر إعلام ما بعد الإنترنت.^(٧)

(٥) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٧٢.

(٦) مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية - التقرير الاستراتيجي العربي، القاهرة. ٢٠٠٠م، ص ١٦٥.

(٧) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٧١.

الفصل الثالث

الآثار الاقتصادية والاجتماعية

أولاً: الآثار الاقتصادية،

خفض التكلفة،

أسهمت الثورة الرقمية في خفض التكلفة الخاصة بالاتصالات ونقل المعلومات، فالمعلومات الموجودة في الجانب الآخر من العالم أصبحت متاحة بوصفها معلومات مخزنة وقريبة يمكن الوصول إليها في أى وقت. لقد أصبحت المعلومات سلعة متاحة في الأسواق، وبأسعار متهاودة في كثير من الأحوال.^(١)

الانخفاض المستمر في تكاليف خدمات المعلومات،

إن النفقات الحقيقية الخاصة باكتساب المعلومات الرقمية وتشغيلها وتخزينها ونقلها تستمر في الانخفاض مع التطورات التي تحدث الآن بسرعة في التكنولوجيا المضغطة أو الصغيرة، ومع اتساع الأسواق.^(٢)

ثانياً: الآثار الاجتماعية،

الاندفاع صوب المنزل،

كل قوافل الاتصال قد شددت الرجال صوب المنزل: الهاتف - التلفزيون - الكابل - الإنترنت - بث الأقمار الاصطناعية - برامج الكمبيوتر وألعاب الفيديو.

وبعد هذا التوجه نتيجة مطلقة للتوجه الأشمل لصناعة الثقافة ككل، التي تستهدف المنازل لأمؤسسات الأعمال، فالمنازل تتميز بتلك القاعدة العريضة من جمهور المشاهدين الذين شكّلوا بالعمل، على يد التلفزيون، في قالب النمو الاستهلاكي، وهم بذلك جاھرون من قورهم لامتنصاص المزيد من المستهلكات الثقافية.^(٣)

(١) عصر الصورة، مرجع سابق، ص ٤٢٤

(٢) المرجع السابق، ص ٤٢٤.

(٣) Nagroponte, Nicholas. op. cit., P. 51.

ويتطلب توجه التركيز على المنزل إسقاط الحلقات الوسيطة، بين مصادر الإعلام والمستهلك المنزلي استخدام عدة طرق منها: ^(١)

- ١ - استخدام الأقمار الاصطناعية ذات البث المباشر التي تصوب رسائلها مباشرة إلى المشاهدين في المنزل دووما حاجة إلى محطات استقبال أرضية
- ٢ - انتشار المدارس والجامعات المفتوحة للتعلم الذاتي عبر الإنترنت وأجهزة الإعلام الأخرى.

٣ - التوسع في البث الانتقائي المصوب لبعثات بعينها، وأفراد بعينهم Pointcasting.

٤ - التليفزيون التفاعلي الذي يربط مباشرة بين جهات الإرسال والمشاهدين.

ومازال الخلاف على أشده فيما يخص أنسب تطبيق لاختراق المنزل معلوماتياً، أو «التطبيق الكاسح» بلغة أهل البرمجيات ^(٢) هل هو «الميديو - تحت - الطلب»، أم الهاتف المحمول، أم ألعاب الفيديو الجماعية، أم تطبيق جديد تماماً لم يرد بعد على ذهن أحد؟. هذا من حيث طبيعة «التطبيق المنزلي الكاسح». أما من حيث مدى استعداد المنزل لتقبله، فهو الأمر محل خلاف، فهناك من يعتقدون بأن المنزل جاهز من فوره، ومن يقدرون لذلك عشر سنوات أو يزيد ^(٣)

هذا، ويصعب على المرء تصور ماذا سينجم عن هذه الهجمة الاتصالية على المنزل العربي، والتي ربما تؤدي - فيما تؤدي - إلى نوع من طغيان الاتصال، وذلك نظراً إلى أن هذه الخدمات الاتصالية المتقدمة لن تكون متاحة للأغلبية. ولا شك في أن بعض المؤسسات الإعلامية العربية الخاصة لن تموت هذه الفرصة لريادة خدماتها الإعلامية مدفوعة الثمن.

(١) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٦٩ ، ٢٧٠

(٢) Nekroponte, Nichola. op. cit. P 172. (٥)

Unesco, 1997. op. cit. P. 33. (٦)

وتجدر الإشارة هنا إلى أن ما يقرب من ٦٠٪ من القوات الفضائية العربية - حالياً - مارالت مفتوحة.^(٧) إلا أن الكثير منها في طريقه إلى العلق «التشفير» من جانب أحرف إن ارتقاء الخدمات الإعلامية الأجنبية الوافدة إلى العنزل العربي يُضعف من ولاء المتلقى العربي لمؤسساته الإعلامية الوطنية.^(٨)

ازدياد الفروق والاختلافات،

يزعم «رينشارد بليك» أن القرية العالمية التي رعم «مكلوهان» وجودها في الستينيات من القرن المصرم، لم بعد لها وجود حقيقى منذ التسعينيات من القرن نفسه، فالتطور التكنولوجى الذى استند إليه «مكلوهان» عند وصفه القرية العالمية في الستينيات من القرن المصرم استمر فى مريد من التطور بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية، وتحويلها إلى شطايا. فالعالم الآن أقرب - فى رأى «بليك» - إلى مجموعة من البيئات المضممة التى تضم عشرات الشقق السكنية، التى يقيم فيها أناس كثيرون، لكن كلاً منهم يعيش فى هرلة، ولا يدري شيئاً من جيرانه الذين يقيمون معه فى البيئات نفسها. هكذا فإنه مع تعدد القوات، وتعدد الخدمات، وإمكان الاختيار العردى من بدائل عديدة أصبح لكل فرد وسيلته الخاصة ومن ثم زادت الفروق والاختلافات.^(٩)

تفضيل الفردى والعولمة،

إن الانجاهات الجديدة تؤكد أنها تخدم العرد وتخدم المجتمعات أيضاً، فهى تنظر إلى مجتمع العولمة على أنه فضاء مشترك، لكن بالنسبة إلى نموذج الميديا الجديدة فإن الثقافة المشتركة يجرى تبادلها بشكل جمعى من داخلها. وبالنسبة إلى الميديا التقليدية يجرى فرص الثقافة المشتركة من خارجها تنظر

(٧) التقرير الاستراتيجى العربى، مرجع سابق، ص ١٦٥.

(٨) المنظمة العربية للثوية والثقافة والعلوم. الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العريد، نوس. ١٩٩١م، ص ١٨٦.

(٩) طالع حسن عماد مكاوى. تكنولوجيا الاتصال الحديثة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٣م.

صناعة الترفيه إلى نفسها، مثلما رأها نقادها كثيراً، على أنها خالقة ثقافة العولمة، الثقافة التي تتكوّن من الصور والأصوات والرموز المشتركة بين الأفراد المستهلكين لها. إن هذا العالم الذي قد تكون الإنترنت هي النموذج الأصلي له عالم يُفضّل التعامل مع المردى والعولمة، على أن يتعامل مع القومى والمحلى.^(١٠)

انتشار البطالة؛

هناك تخوف له ما يبرره من أن التغيرات التكنولوجية تجلب معها دائماً خوفاً من أن تحل الآلات محل العمال. وستعمل الميديا الحديثة والرقمية، مثلما عملت الاختراعات العلمية فى الماضى على تدمير ملايين الوظائف، لكنها ستخلق وظائف جديدة بدلاً منها. إن ما ينبغي أن تهتم به الأقطار البامية هو الوعي بالمدى الذى يمكن خلق الوظائف الجديدة بالنسبة لمواطنيها

Hoskins, J. Global Television and Film. An Introduction to the Economics of the (١٠) Business. N.Y: oxford univ. Press, P. 135.

الباب الخامس

العرب.. وأهم التحديات الإعلامية الراهنة

الفصل الأول

ملامح البيئة الإعلامية الجديدة

مكانة الإعلام المعاصر،

الهوة السحيقة الآن بين الدول المتقدمة والدول النامية تكمن في أن الدول المتقدمة تملك المعلومات ووسائل شها، وتتحكم فيها كما وكيفاً، وتحدد أى طريق تسلك وإلى أية رفعة تصل، فهي إذاً تمتلك وسائل التأثير وتتحكم فيها من المبيع إلى المصعب. إن الوسائل الجماهيرية تستطيع أن تسهم مساهمة كبيرة في المعلومات المتاحة للشعوب كما وكيفاً، وتستطيع توسيع الأفاق ومن ثم تساعد في تكوين صفة التمتع والشعور بالخير، وتستطيع رفع التطلعات الشخصية والوطنية، وأن تخلق مناخاً صالحاً للتنمية، وكذلك ساحاً فكرياً يدفع الناس إلى إعادة النظر في أحوالهم القائمة وشكل مستقبلهم. ربما انسحب هذا المعنى على المستوى الداخلي في دول العالم المتعدية، أو الدول الكبرى حيث يلعب الإعلام دوراً مؤثراً في نشاطات الحياة كلها، ولكن نقل المصدقية على المستوى الخارجى، وينحو الإعلام منحى يقود إلى الهيمنة على الشعوب المستضعفة أو يحدث فيها التأثير المطلوب على الأقل

ومن المعلوم أن وسائل الإعلام العالمية أصبحت مؤسسات ضخمة، وتستخدم قوتها لصالح دولها وملاكها، وهي أداة في يد المشروعات السياسية والاقتصادية الكبرى، ويتحكم المعلنون في سياستها ومضاميتها في أغلب الأحوال. ولذلك تلقى هذه الوسائل دعماً متصلاً من الحكومات والمؤسسات المالية، فتطورت تطوراً مذهلاً بل وإعجازياً، وساعد في هذا التطور ذلك السباق الرهيب بين الدول الكبرى، في حين وقفت الدول الصغرى مستهلكة البضاعة الواردة، أى الوسيلة والرسالة على حد سواء

إن معركة الفضاء التي اندلعت بين قطبي الحرب الباردة في أواسط القرن المصمر أحدثت دفعة كبيرة في مجال علوم الاتصال وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، كما أن صراع الأيديولوجيتين الشرقية والغربية وتنافسهما في

مساحات شاسعة من العالم، أو ما يُسمى بصراع المصالح واقتسام مناطق التمرد، أحدث نشاطاً هائلاً في مجال الإعلام من أجل السيطرة على ثقافات الشعوب، وحتى يدور أي منها في فلك أحد المحورين، وقد خدم هذا السباق المحموم تقنية الاتصالات، وأحدث تغييراً في فلسفة الإعلام من حيث السيطرة على مصامينه، وتوجيهها وفق المقاصد والسوايا المطلوبة لتحقيق الأهداف والغايات المبتغاة، ولعل انهيار الاتحاد السوفيتي - أحد قطبي الحرب الباردة - وبالتالي ضعف إعلامه وصوته يبرر لنا قوة الإعلام الغربي - لاسيما الأمريكي - وسيادته على الساحة الإعلامية، وقد بدأت المعلومات والمواد الإعلامية تتدفق مثل الشلال في اتجاه واحد عبر وكالات الأنباء العالمية ذات الإمكانيات الضخمة، وعبر المؤسسات الإعلامية وشركات التليفزيون الكبرى التي تستخدم تقنيات متقدمة في اتصالاتها، وكذلك عبر الأقمار الاصطناعية وشبكات الاتصال الإلكترونية وغيرها، حتى أصبح هذا المجال من أكثر المجالات تقدماً وتطوراً.^(١)

ووسائل الإعلام في العالم الثالث تجد الآن صعوبة في المحافظة على شخصيتها واستقلالها وهويتها في ظل تطور تقنية الاتصالات، والتدفق المخيف للمعلومات إلى الحد الذي شل قدرة هذه الدول وجعلها عاجزة عن منعه أو التصدي لأثاره المدمرة.

ويهدف الإعلام الدولي في مظهره إلى تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير عليها وإقناعها بعدالة قصايا الدول - المرسله - وبالتالي تتبنى هذه الجماهير مواقف تلك الدول.

وحقيقة الأمر فإن المعلومات ليست صحيحة بشكل كامل، ولا الأخبار صادقة كل المصادقة لأن الإعلام المعاصر يرتبط بدعاة باستراتيجيات الدول الكبرى وبمؤسساتها السياسية والثقافية، وباتجاهاتها الفكرية والاجتماعية، وبالتالي

(١) مسئولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ١١.

فإن أية مادة إعلامية مستحتمل في ثناياها رسالة ذات إيجابيات وأهداف وعايات
تخدم ثقافة وفكر المرسل علاوة على بعض العناصر الأخرى التي تُشكك
مستقبل الرسالة في قناعاته وأفكاره ومبادئه. ولذلك فإن الإعلام الدولي قادر -
من الناحية التطبيقية - على التأثير في الجماهير بتقديم بعض الأخبار والحقائق
وحجب بعضها، أو تقديمها في قالب جذاب يحجب الرؤية عن مقاصدها الأصلية
والمبتغاة، فلا عرو إذاً أن يقرر بعض المحللين أن من يملك وسائل الإعلام
الدولي يملك التأثير في الرأي العام العالمي. ولما أن نتصور بعد ذلك قدرة إعلام
الدول الكبرى في تغيير أنماط السلوك والقيم والعادات، وفي تغيير الاتجاهات
بين الجماهير في المجتمعات المستهدفة، وما يتبع ذلك من طمس ودوبان للهوية،
وضباع لها.^(١)

إذاً المجتمعات التقليدية كلما تحركت نحو العصرية كان اعتمادها على
الوسائل الجماهيرية، وأن وسائل الإعلام تصبح أدوات للإعلام والدعاية عن
مصالح الحُكْب الحاکمة سواء في المجتمعات الرأسمالية أو البامية، ولا تُعبّر عن
هموم شعوبها وطموحاتها، وهو ما يُفسّر قوة الإعلام في التأثير على الرأي العام.

الملاحج البارزة للبيئة الإعلامية الجديدة:

لا شك أن عالم اليوم يشهد تشكّل بيئة إعلامية جديدة تُظهر عن ملامحها
الرئيسية بسرعة مذهلة بما لا يترك للباحثين والدارسين وقتاً كافياً للتأمل المتأن،
والتفكير المنهجي، وأهم ملامح هذه البيئة الإعلامية الجديدة هي:

١ - الفواصل المباشرة بين أجزاء العالم:

لقد ألعت تقنية أقمار الاتصال عنصري الزمان والمكان، ولم يعد السُعد
المكاني حائلاً دون التواصل بين مجتمعات وأفراد تبعد بينهم الشُقة باتساع الكرة

(٢) مسنوية الإعلام في تأكيد للهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ١٠٤٩ (يتصرف).

الأرضية كلها. ويشمل هذا التواصل الاطلاع على الأحداث فور وقوعها، كما يشمل تبادل المعلومات والمعارف، فقد أصبح العالم كله شريكاً في كل ما يحدث في أي مكان في العالم في شتى مجالات المعرفة^(١)

٢ - الاستثمار الهائل في مجال الإعلام:

لقد أصبح الاستثمار في القطاع الإعلامي مُحققاً لأرباح هائلة، ويتضح ذلك من بعض الأرقام التي ذكرها - أمام مؤتمر إعلامي مهم عقد في بريطانيا مؤخراً - مصرفي كبير يتعامل مع الجانب المالي لأجهزة الإعلام، لقد ذكر أسماء خمس شركات إعلام عالمية قائلاً: إن رقم معاملاتها (وليس قيمتها الرأس مالية) بلغ خلال عام ١٩٩٣م من القرن المنصرم وحده مائة وثلاثة مليارات دولار. ومعنى ذلك أن رقم المعاملات لهذه الشركات الخمس يزيد أربعة مليارات دولار على القيمة التجميعية لإجمالي الناتج القومي لخمس دول عربية هي: مصر وليبيا والكويت وسلطنة عُمان وقطر.^(٢)

٣ - الانتشار وتجاوز الحدود:

لقد تحولت المؤسسات الإعلامية من مؤسسات وطنية محدودة الانتشار إلى «دبناصورات» ضخمة يمكن وصفها بأنها شركات «كوبية» أو «فوق قومية»، وبعضها متعددة الجنسيات تتجاوز الحدود والقيود. فبعض وسائل الإعلام الأمريكية مثلاً، تحصل على ٥٠٪ من إيراداتها من أسواق أجنبية، أي غير أمريكية. كما أن شبكة واحدة هي إمبراطورية «وربرت ميردوخ» الإعلامية حول العالم تدر مليار دولار من الإيرادات سنوياً، هذه الشبكة هي «بي . سكاي . بي» التي تعطي العشرات من صحف القطع الكبير وصحف التابلويد، إضافة إلى

(٢) سعد ليب: قوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمع، ندوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها في المجتمعات الإسلامية، القاهرة، أكتوبر ١٩٩٤م، ص ٣.

(٤) طالع حسنى خشبة: قراءات تحليلية في وثائق المؤتمر الدولي للإعلام في ويتون بارك البريطاني، جريدة الشرق الأوسط، ٢٢ من ديسمبر ١٩٩٤م، العدد: ٥٨٦٨.

شبكة «فوكس»، وحصّة في شبكة «إنترنت»، وشبكة «ستار بي» هي «الأسبوية المتصلة» بـ ٣٥٠ مليون مرسل في عموم آسيا.^(٥)

٤ - الانعقاد من سلطة الدولة ورقابتها:

مع تطور وسائل الاتصال وتقنياتها المتنوعة بدأت سلطة الدولة في التحكم والرقابة تنحصر شيئاً فشيئاً، ويتوقع الخبراء مزيداً من هذا الانحسار في المستقبل، وبحاصّة عندما تنتشر أجهزة التليفزيون ذات الهوائيات الفضائية الداخلية التي لا تحتاج إلى أجهزة مضافة لاستقبال القنوات الفضائية.

٥ - تطور أدوات الإنتاج والتوزيع:

شهدت أدوات الإنتاج الإعلامي، سواء المطبوع منه أو المسموع أو المرئي، تطوراً كبيراً، حيث ظهرت تقنيات جديدة في مجالات الجمع الإلكتروني والطباعة والتصوير والإنتاج التليفزيوني أدت إلى احتصار الوقت وزيادة الجاذبية والإبهار. كما تطوّرت صناعة الكمبيوتر في مجال خدمة المعلومات جمعاً وصناعة وتوزيعاً. وارتبطت بتقنية الكمبيوتر تقنية الاتصال سواء في مجال الإنتاج أو التوزيع أو البث، فرادت من كفاءة كل منها. وأكملت التطورات الكبيرة في مجال الأقمار الاصطناعية وشبكات التوزيع الأرضية والكوابل وغيرها حلقات التطوير الإعلامي، وفتحت أمام الإعلام أفاقاً رحبة وواسعة للانتشار والتأثير.^(٦)

٦ - تعددية لا نهاية لها:

لقد تعددت القنوات الإعلامية تعدّداً لا نظير له، وشهدت كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها بسبب ذلك تغيرات جذرية، وبذلك بدأنا نتحوّل تدريجياً مما يمكن أن نسميه بـ «إعلام الحملة»، إلى «إعلام السوبر ماركت» - حسب تعبير

(٥) عبد القادر طائر، العرب في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، الحلقة الثانية، مجلة الفصل السنوية، دار الفصل الثقافية، نوفمبر / ديسمبر ١٩٩٤م، العدد ٢٢٩، ص ٥٦.

(٦) قوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمع، مرجع سابق، ص ٦٠٦.

حسنى خشية - فعلى «إعلام الحملة» كان فى استطاعة الصحيفة أو القناة التليفزيونية أو المحطة الإذاعية (أو الأجهزة الثلاثة معاً) شح حملة أسبوعية على موضوع واحد لأسبوع أو أسبوعين أو أكثر. ومن واقع التشبع الإعلامى الساجم تنشأ مواقف جماهيرية، أو يتكون رأي عام لا يكون من السهل على صنّاع القرار السياسى تجاوزه. أما فى إعلام «المصور ماركيت» فالمستهلك الإعلامى أشبه بمن يتجول فى محل كبير مترامى الاتساع، متعدد الأجنحة، ما يكاد يتلفت إلى قصة حتى تشد انتباهه قصة أخرى وكان المستهلك الإعلامى حتى عهد قريب جداً حكرًا لمحطة تليفزيونية وطنية واحدة أو محطتين أو ثلاث، أما الآن فى وجود التليفزيون السلكى والإنترنت وطريق «المعلومات الفائق السرعة» فهو أمام فيض من القنوات بالمشات والآلاف.^(٧)

٧ - الإعلام التفاعلى:

لقد أتاحت التقنيات الجديدة للمستهلك الإعلامى أن يتفاعل مع المادة الإعلامية ولا يكون مجرد مستهلك سلبى لها، وعلى الرغم من التنامى الهائل فى نفوذ المنشأة الإعلامية، لم يعد المحتوى الإعلامى حكرًا عليها، ذلك أن باستطاعة المستهلك الإعلامى الدخول على الحظ والتقدم بمساهمة فى المحتوى الإعلامى، بل إن طبيعة الشر ذاتها لم تعد حكرًا على شركات النشر.^(٨)

ويرى خبراء الكمبيوتر أن التغيرات التى أحدثتها تداخل تقنيات الاتصالات والكمبيوتر تعد أصعاف ما أحدثه الهاتف والكمبيوتر منفردين، ومن أهم ما أنتجته هذا التداخل حتى الآن البريد الإلكتروني الذى يستخدمه نحو ثلاثة ملايين شخص حول العالم (فى فترة التسعينيات من القرن المنصرم)، تصاف إلى ذلك ندوات الفيديو Video Conferencing، وخدمات بث المعطيات المتعلقة بالكمبيوتر التى تحول العالم فى الواقع إلى مكتب أو مختبر واحد.^(٩)

(٧) قراءة تحليلية فى واقع المؤتمر الدولى للإعلام، مرجع سابق، ص ٨.

(٨) العرب فى مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، ج ٢، ص ٥٧.

(٩) طالع جريدة الحياة الصادرة فى ٦ من أغسطس ١٩٩٢م، العدد ١١١٣٢.

٨ - القابلية الشديدة للاحتكار:

أظهر الاتصال على مدى عصور التاريخ قابلية شديدة للاحتكار، بدءاً من احتكار كهنة المراجعة لنقوشهم المقدسة (الكتابة المهيروغليفية)، إلى احتكار أيامنا هذه الذي تفتش في جميع أرجاء منظومة الإعلام الرسمي وغير الرسمي وشبه الرسمي، مرثياً كان أم مطبوعاً أم مسموعاً وسوف يورد بعض الأمثلة لهذه النزعة الاحتكارية المترصنة:

١ - أربع وكالات أنباء عالمية، والمعروفة باسم الأربع الكبار، تحتكر ٨٠٪ من فيض المعلومات.^(١١)

٢ - أربع مجموعات إعلام رئيسة تتحكم في ٩٠٪ من الصحف البريطانية.^(١٢)

٣ - احتكار عدد قليل من شركات الإعلام المتعددة الجنسية للإرسال الجماهيري المرئي والسمعي والإنتاج السينمائي والتلفزيوني، وقد تبعه في نهجه الاحتكاري تليفزيون الكابل.^(١٣)

٤ - ١٠٪ من شركات الإعلان الأمريكية تسيطر على ٨٠٪ من إجمالي الإنفاق الإعلاني في الولايات المتحدة الأمريكية والذي يصل إلى ٢٥٠ مليار دولار سنوياً.^(١٤)

وها هي الإنترنت التي طالما فباغت بحرية تبادل المعلومات ومجانية الحصول عليها، تطولها يد الاحتكار العيصر، حيث تشير الإحصائيات إلى أن

(١٠) أحمد حسني أحمد، الإعلام من المنطق العربي إلى التأسيس الإسلامي في وسائل الاتصال الحديث، المغرب: ١٩٩٦م، ص ٦٣

(١١) Thompson, John B. The Media and Modernity - A Social Theory of the Media, Stanford University Press, California. 1995. P. 77.

(١٢) الثقافة العربية وحصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٥٤.

(١٣) هيرت شيلر المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٩م، عالم المعرفة، العدد: ٢١٢، ص ١٨٢.

١٠٠ موقع فقط على الإنترنت تستولى على ٨٠٪ من إجمالي زوار مواقعها، تاركة الخمس ($\frac{1}{5}$) فقط لتتساقس عليها ملايين المواقع الأخرى. وما زال في الجعبة الكثير بشأن احتكارية الإعلام والاتصال، حيث تلوح في الأفق حالياً بوادر صراع عالمي لاحتكار الإلكترونيات الاستهلاكية من ذوات شاشات الجيب الصغيرة، من الهاتف النقال إلى كمبيوتر راحة اليد والكتب الإلكترونية.^(١٤)

وما من دولة كبرى إلا ولها أباطرة إعلامها، من أمثال: «روبرت موردروخ» في بريطانيا، و«بيرلسكوني» في إيطاليا، و«تيد تيرنر» في الولايات المتحدة الأمريكية. وإعلام روسيا - ما بعد الشيوعية - قد شرع هو الآخر في صنع أباطرة يصطف بهم من تلك القلة اليهودية التي نجحت في اعتلاء قمته في غفلة من الجميع.

ولا جدال في أن أخطر أنواع الاحتكار هو ذلك الخاص باحتكار المحتوى (مضمون الرسالة الإعلامية) من الموسيقى والأغاني والأخبار والأفلام، حيث يعد المحتوى أهم مقومات صناعة الثقافة، ومن يسيطر عليه، يصبح هو القابض على زمام اللعبة الإعلامية بلا منازع.

وتشير دلائل عدة إلى أن التطورات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات قد ساعدت على تنامي النزعة الاحتكارية، ويرجع ذلك إلى أسباب رئيسة عدة هي:

١ - ضعف الارتباط العسوي بين محتوى المعلومات والوسيط الذي يتم تبادلها من خلاله، وحير شاهد على ذلك السهولة التي تُنقل بها حالياً المواد الإعلانية من التلفزيون والصحافة والإذاعة إلى شبكة الإنترنت. إنه المحتوى الطليق، ذو السيولة العالمية، الذي شبهه البعض بـ «نبيذ بلاقوارير».^(١٥)

(١٤) UNESCO, 1997. op. cit. P. 35.

Barlow, John Perry, Selling wine without bottles: The Economy of Mind on The Global Net, In Leeson, Lynn Hershman, ed - clicking in Hotlinks to a digital culture, Bay Press, The united states of America, 1996, P.P. 148 - 172.

٢ - سهولة السيطرة على الكم الهائل من الرسائل الإعلامية، وذلك بفصل وسائل التحكم والرقابة المتوافرة لشبكات الاتصال .

٣ - عامل اقتصاد الحجم الذى يعمل لمصلحة الكيانات الإعلامية الصنعة، فوكالات الأنباء الكبرى هى وحدها القادرة على إنشاء شبكة كبيرة من المكاتب الخارجية، ولا تستطيع إلا محطات التليفزيون العملاقة شراء حقوق نقل الأحداث المهمة، كحملات الأوسكار، أو افتتاح دورات الألعاب الأولمبية وغيرها.^(١٦)

٤ - الاندفاع المحموم نحو الاندماج:

مع ظهور الإنترنت وسرعة انتشارها، أدركت القوى الرأسمالية المغنرى الاقتصادى للمعلومات، فاندفعت فى موجة من الاندماج وتركيز رأس المال. هدفها من وراء ثنائية الاحتكار والاندماج - هذه - إحكام السيطرة الكاملة إعلامياً على صناعة المعلومات بعناصرها الثلاثة. محتوى المعلومات - معالجة المعلومات - توزيع المعلومات.

والآن شاهد شركات إنتاج الأفلام والتسجيل الموسيقى ودور النشر والطباعة، ومطوري ألعاب الفيديو، تندمج مع عمالقة شركات الاتصال وشبكات الإرسال التليفزيونى وشركات برمجة الكمبيوتر.

إن القوى الاقتصادية التقليدية تستغل قدرتها التمويلية والتنظيمية لاحتواء الجانب الإبداعي، السمة المميزة لصناعة المعلومات لقد أصبح الإبداع: محتوى وأداء وبرمجة، هو الآخر، سلعة تُباع وتُشتري وتُحتكر، ويشارك فى تسويقها مروجو الإعلانات ومماسة صناعة الثقافة.

وكالة «رويتز» للأنباء توسع من نشاطها ليشمل خدمات الفنادق والنقل السياحي والبشر التعليمي^(١٧) وبهذا يقطع الكبار الطريق أمام الأعباء الجدد

(١٦) الثقافة العربية وحصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٥٥.

(١٧) المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٤٠.

لدخول مادی الإعلام والاتصال العالمي، حجتهم في هذا التوجه الاندماجي هو ارتفاع كلفة الإنتاج من أجل تحسين الخدمات وتنويعها.^(١٨)

إن الاحتكار والاندماج يندران بنهاية عصر المعلومات، أو البقاء للأقوى مالياً وتنظيمياً، لا إبداعياً وأخلاقياً. لقد أصبحت المعلومات سحابة الاحتكار من جانب قلة قليلة لا تدخر جهداً في سبيل إحكام سيطرتها على سوق الإعلام والاتصال، ومصير مشاهديه ومنتجيه ومبدعيه.

والدكتور «نيل على» إزاء هذا الوضع الشائك نراه منشائماً للغاية فهو يقول متأسفاً: «أليس من حقنا أن نقلق ونحن نرى إعلام عصر المعلومات وقد أصبح قوة قائمة بذاتها، لا يحكمها سوى معيار الربح والحسارة، ومال ذلك في النهاية هو اتساع الهوة العاصلة بين من يملك المعلومة ومن يفتقدها. وحتمًا، ستتغير قوانين اللعبة المجتمعية لتفرز وضعاً مأساوياً جديداً يُضاف إلى رصيد البؤس لسكان هذا الكوكب، ولتسمه ما شئت: إمبريالية إعلامية، إمبريالية ثقافية، فاشستية معلوماتية، لكنه يظل نوعاً من القدر الإعلامي».^(١٩)

وهذا الوضع المتأزم يسلب الصغير «اقتصادياً» حق إنتاج رسالته الإعلامية، فلا يجد أمامه، بسبب ارتفاع كلفة إنتاجها، سوى استيرادها، ولا حل أمامه لتمويل نظم اتصاله إلا أن يسود الإعلان على الإعلام، وأن يتبع أساليب العمل وتنظيماته المفروضة عليه من قبل الشركات المتعددة الجنسيات، فهذه الشركات لا تُصدر برامجها الإعلامية فحسب، بل تصدر معها - أيضاً - فلسفتها في توجيه العمل الإعلامي وأساليب أدائه لرسالته.^(٢٠) وهذه هي قمة الكوارث.

ومع ظهور كل تكنولوجيا جديدة تتكرر الوعود البراقة شديدة التفاؤل، تعارل أحلام الفقراء والضعفاء، وفي مجال الإعلام والاتصال، كان لاستعارة «القرية

(١٨) UNESCO. 1997. op. cit, P. 218

(١٩) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٥٧

(٢٠) محمود حملا - طليعة الإعلام الإسلامي بين المكونات الذاتية والوافدة والواقع في وسائل الاتصال المعيشية، المغرب: ١٩٩٦م، ص ٣٧.

الكويتية» التي انتدعها «مارشال ماكلوهان» معقول السحر. لقد شاع تداولها حتى بدت هذه «المدينة العاصلة الإلكترونية» وكأنها أمر واقع حلّ بنا بالفعل، أو في طريقه إلى ذلك. هذا المشهد الإعلامي الرومانتيكي لعالمنا المعاصر وقد توثقت عراه في هيئة قرية صغيرة يسودها اللثام، تجمع بين أهلها ألفة الأسرة الواحدة وعلاقاتها الحميمة. يقول صاحب هذه الاستعارة الشهيرة «مارشال ماكلوهان» عن قريته الكويتية: «إنها لم تكن مثلاً للرفاق والمساواة، بل على العكس، فإن إسقاط حاجري المكان والرمز سبب من التنوع ومظاهر الانقسام والفرقة».^(٢١)

إن اجتماع مليارات المشاهدين حول أجهزة التليفزيون ليشاهدوا افتتاح دورة أولمبية عبر الأقمار الاصطناعية، كمثال يحلو لمؤيدي القرية الإلكترونية أن يرددوه، لا يشكل مجالاً للرأي العام العالمي، تتحاور من خلاله الثقافات، وتحسم النزاعات، وتزول فيه الفوارق بين الأفراد والجماعات، وتحقق نوعاً من العدالة في توزيع موارد المعلومات.^(٢٢)

وينكر الدكتور «بيل على» المصير المشؤم الذي آل إليه مشروع منظمة اليونسكو، بسبب تعنت الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، ضد اقتراح اليونسكو بإقامة نظام معلومات عالمي جديد، يضمن حداً أدنى من عدالة توزيع موارد الاتصال والمعلومات. لذا يقترح أن تعدل اليونسكو من استراتيجيتها، وهو ما قامت به أخيراً عندما أدعنت إلى أن يبقى الوضع على ما هو عليه، شريطة أن يعاون الأغنياء المقراء في إقامة البنى التحتية لنظم اتصالاتهم وإعلامهم، وفشلت هيئات ومشاريع التنمية التابعة لليونسكو في حث الدول القادرة على تمويل مشاريع الاتصال في الدول النامية.^(٢٣)

Cashmore, Ellis, & Rojk, Chris, eds, Dictionary of cultural Theorists, Edward Arnold (٢١) publishers Ltd, New York, 1999, P. 333.

(٢٢) هانس بينمارتن، هارالدشوماك. مع العولمة، ترجمة: عدنان عيسى علي، مراجعة: رمزي، الكويت المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٨م، عالم المعرفة العدد ٢٢٨، ص ٥٨.

UNESCO, 1997, op. cit, P. 218. (٢٣)

إذا تبقى حقيقة واضحة هي أن «دول العالم النامي» أوشكت أن تفقد استقلاليتها الإعلامية، وأن عولمة الإعلام تُهدد تراث الشعوب بالانقراض، وإحاليته إلى «ماكينات» في حدائق الملاهي وإلى وثائق الأرشيفات الوطنية وما يريد الوضع سوءاً، هو ذلك التوجه الجارى حالياً لزيادة سعة قنوات المعلومات، الأمر الذى سيؤدى إلى مزيد من الاحتلال فى ميران «التبادل المعلوماتى»، أو معدل تدقيق المعلومات، ما بين الدول المتقدمة، وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية، ودول العالم الثالث.^(٢١)

٢٤ / النبعة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٥٨.

الفصل الثاني

الواقع الإعلامي الراهن للعالم العربي

المشهد العربي الراهن للإعلام،

واقع الإعلام القطري يمتلئ بالعيوب بدءاً بعياب السياسات الاستراتيجية المحكمة التي تنظم النشاط الاتصالي والإعلامي، ومروراً بصنوبر منافع الحرية والمرونة في ساحة التعبير، وتحويل وسائل الإعلام إلى أدوات للدعاية والتعبئة السياسية، وانتهاءً بضخالة الإنتاج الإعلامي المميز، وهشاشة التكوين المعرفي والمهني للكفايات الإعلامية العاملة في مختلف المؤسسات الإعلامية

هذا على المستوى القطري، أما على المستوى العربي العام والأوسع، فإن أثقال التبعية والتقليد لا تزال كبيرة، إضافة إلى ضعف العمل الإعلامي المشترك بين الدول العربية.

ويشخص الدكتور محمد مصالحة واقع النظام الإعلامي - الاتصال القائم في الوطن العربي كالتالي: ^(١)

١ - استثناء معظم المواد والبرامج الإعلامية من وسائل الإعلام والثقافة في الدول الصناعية، أو الواقعة تحت هيمنتها.

٢ - تدنى مستوى التعاون العربي في ميدان التبادل الإعلامي وهو ما يفسح الفرصة لاستمرار التهمية الإعلامية العربية.

٣ - وجود فجوة في الإمكانيات الإعلامية والاتصالية بين دولة عربية وأخرى، وتمثل هذه الفجوة في التوزيع غير المتعادل لتلك الإمكانيات

٤ - تهمير الإعلام العربي بالمركزية الشديدة وخضوعه للسلطة.

٥ - تركيز الاهتمامات على النواحي الفنية والمعدات Hardware وتحصيل اعتمادات سخية لها، مع إبداء اهتمام موارٍ للطاقات البشرية وتأهيلها وتدريبها في مجالات الإنتاج المتعددة Software.

(١) محمد مصالحة - تنمية الإعلام كشرط للتنمية العربية الشاملة، مجلة شؤون عربية، يونيو ١٩٨٤م، العدد ٢٨،

٦ - ضعف الاعتماد العربي الجماعى على الذات فى تنمية الإعلام، والافتقار إلى سياسة عربية قومية فى هذا القطاع الحيوى.

ويُعلق الدكتور «عبد القادر طاش» بقوله «وإذا كان تشخيص الدكتور «محمد مصالحة» قد مضى عليه عقدان من الزمان وأكثر، إلا أن عالية الأعراس التى ذكرها لا تزال قائمة، بل ربما تفاقم بعضها على نحو خطير وليس من الانصاف أن نعزل حركة الإعلام عن حركة بقية القطاعات الأخرى التى تحكم المجتمع العربى سياسياً واقتصادياً وثقافياً - فما حصل - وبحصل - فى القطاع الإعلامى هو انعكاس من جهة للتطورات والتغيرات التى حصلت - وتحصل، فى الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ومن جهة أخرى لا يمكن أبصاً أن نبرىء الإعلام من الإسهام فى زيادة البلبلة العكرية، والتباعد الثقافى، والتصارع السياسى الذى شهدته الساحة العربية فى العقود الثلاثة الماضية». ثم يُصيف إلى التشخيص السابق نقطة مضيئة، حيث شهدت فترة الثمانينيات من القرن المنصرم انطلاقة أول محاولة معاصرة لتأسيس صحافة عربية دولية، تُحاطب أبناء الوطن العربى على امتداد أقطاره. كما شهدت بداية التسعينيات من القرن ذاته ولادة القنوات الفضائية العربية التى تتطلع إلى الدخول إلى أكبر قدر من البيوت العربية فى أرجاء الوطن العربى، وهى مراكز تجمع الجاليات العربية فى الخارج. كما أن اتجاه الاستثمار المالى العربى إلى ميدان الإعلام يتزايد فى الآونة الأخيرة. وفى هذا الصدد يمكن اعتبار شراء وكالة أباء دولية من قبل مجموعة إعلامية عربية خطوة موفقة فى الانجاء الصحيح.

ثم يؤكد «طاش» أيضاً أننا لسنا هنا فى مجال «تقويم» أداء هذه المؤسسات الإعلامية، إذ إن ذلك يتطلب دراسة علمية موضوعية، كما أن بعض هذه المؤسسات لا يزال فى طور النشأة والتكوين، إلا أن الإشارة إلى هذه المؤسسات ضرورية حتى تكتمل الصورة، فوجودها والسعى نحو تسميتها وريادة فعاليتها

يعبران عن ملمح إيجابى بدأ يتلور فى خضم الواقع الإعلامى السائس الذى يُعانى منه العرب.^(٢)

والدكتور فييل على، يُعبر عن وضعنا الإعلامى الراهن بقوله وما هذا الذى يعوق مؤسساتنا الإعلامية عن أن تترك هى الأخرى معرى تكتلات الإعلام العالمية فلم تر حتى الآن اندماجاً ولا حتى تعاوناً، ومصدر قلقنا هو أن تتحول مؤسساتنا الإعلامية تدريجياً، بشكل مباشر أو غير مباشر، إلى وكلاء لمؤسسات هذه التكتلات، ويتساءل: ألم يحن الوقت بعد لئؤمن بأن نهضة الإعلام ليست فقط فى إقامة القنوات الفضائية، وإطلاق الأقمار الاصطناعية، واستيراد أحدث المطابع الصحافية؟ فالأهم من ذلك كله هو القدرة على إنتاج رسالة إعلامية مبتكرة وبافذة. فلا يخفى على أحد أن صحفاً عالة على وكالات الأنباء العالمية، وأن استيراد البرامج التليفزيونية هو الوسيلة الوحيدة لحلء ساعات الإرسال لدينا، وأن معظم إذاعاتنا الموجهة تبث ولا تستقبل.^(٣)

إن المشهد الراهن للإعلام العربى يعكس صورة فاتمة يسوده طابع التعتيم:

• سياسات إعلامية تشكو من انحصار حاد بين الغايات والإمكانات وبين الشعارات والممارسات وعجز عن تحقيق أى نوع من التكتل الإعلامى حيث يرتبط ذلك ارتباطاً عضوياً بالمشل فى إحداث نوع من التكتل على الصعيد السياسى، وذلك نتيجة منطقية لتبعية الإعلام للسياسة.

• قصور شديد فى البحوث النظرية فى مجال الإعلام، فضلاً عما تدين به أكاديميات الإعلام العربية من تبعية أكاديمية للمدارس العربية، وغياب البحوث الإعلامية ذات المطابع الجماهيرية.^(٤)

(٢) العرب فى مواجهة التحديت الإعلامية المعاصرة، ج ٢، مرجع سابق، ص ٤٦

(٣) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٢

(٤) عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربى وقضايا العولمة، القاهرة العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م، ص ٢٦

• تصوص دستورية تؤكد على مبدأ حرية التعبير وحرية النشر تُفرغ من مضمونها بعبارات ناسفة تدلها، من قبيل «بما لا يتعارض مع المصلحة العامة»، أو «بمقتضى الدستور»، وكأن القانون قد أصبح فى بعض ديارنا فوق الدستور!!^(٥)

• تسرب مشاهديا إلى منافع الإعلام الأجنبية لعقدان الثقة فى الإعلام المحلى، ويكفى مثالا هما مساحات البث الإذاعى العربى الهائلة التى تسيطر عليها هيئة الإذاعة البريطانية. • صحافة رسمية يعتبرها البعض مثالا نمودجيا لصحافة الولاء.

• إداعات موجهة تديع ولا تُسمع، ووكالات أنباء تُرسل ولا يستقبلها إلا أقل القليل، وعلى الرغم من وجود حوالى ٢٢ وكالة أنباء عربية لا تزال وكالات الأنباء الغربية تستأثر بالساحة العربية.^(٦)

• تدفق إعلامى غائب أو شبه غائب ما بين الدول العربية^(٧)، ومشاريع الإنتاج المشترك نادرة، وقد فشلنا حتى الآن فى إصدار ميثاق موحد للإعلام العربى. لقد ظل الإعلام العربى المشترك، منذ أنشئت جامعة الدول العربية أصعب الآليات التى يسمى بها العرب لبلوغ أهدافهم القومية إذ تولت المصالح القطرية تحديد مجال حركة الإعلام العربى المشترك.^(٨)

• اهتمام ضئيل بشئون الإعلام من قبل القائمين بالتنمية، حيث غاب عن معظمهم ما للإعلام من دور حاسم فى عملية التنمية.

• صناعة إعلام غائبة، اللهم إلا بعض صناعات تجميعية لأجهزة الراديو والتليفزيون فى مصر والعراق والجزائر، وإنتاج إعلامى محدود، صار مهدداً بالانقراض^(٩)، باستثناء جهود مدينتى الإنتاج الإعلامى بالقاهرة ودمشق.

(٥) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٥٩.

(٦) الإعلام العربى وقضايا العولمة، مرجع سابق، ص ٦٦.

(٧) الإعلام العربى - حصراً ومستقبلاً، مرجع سابق، ص ١٤.

(٨) الإعلام العربى وقضايا العولمة، مرجع سابق، ص ٦٩.

(٩) جابر عصفور - التنوع البشرى الخلاق، القاهرة - المجلس الأعلى للثقافة، ١٩٩٧م، ص ١٢١.

• إعلام فصائي معظمه مهاجر في غير موطنه (هناك ٦٣ قناة فصائية عربية إلى جانب ٦٥ قناة دولية) يستورد أكثر موارده الإعلامية، ويتلقى دعم الحكومات عن بُعد، ويتنافس مسلحاً على سوق إعلان هائلة، وعلى قطاع محدود من الجمهور

• تحتل الدول العربية بحدارة ذيل قوائم الاحصائيات الإعلامية التي تصدرها منظمة اليونسكو، من استهلاك ورق الصحف إلى معدلات القراءة والاستماع.

الإعلام العربي مُخَيَّب للعقل العربي!

في حوار أجراه الكاتب مع الشاعر الكبير «فاروق شوشة»، وسأله عن رأيه في الإعلام العربي، بصفته إعلامياً بارزاً، كما هو شاعر كبير قال: «أنت تسألني عن الإعلام، الإعلام العربي مُخَيَّب للعقل العربي، لسبب بسيط جداً، لأنه إعلام حكومي، فهو إعلام يحرص على الحفاظ على الأنظمة والدعابة لها، ولترويع أفكارها، وبالتالي هو ضد أن يفيق العقل العربي ليكتشف حجم التحطُّف والفساد الذي يعيش فيه، وهذا هو سرُّ إقبالنا على الإعلام الآخر، الذي ليس عربياً، أو على الإعلام الذي ينتقد، أو الذي يُحرك، بداية أن يكون الإعلام العربي صحيحاً، أن يتحرر من رق الدولة. وأن يُصيح حراً بالمعنى الحقيقي، وأن تكون له مؤسساته مثل مؤسسة هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C، أو الإعلام في الدول الحرة، قبل هذا فكرة الإعلام نفسها فكرة نازية «هتلرية»، لأن أول وزير إعلام في العالم أو دعابة هو «جوبنز» وزير دعابة «هتلر». الدول الحرة ليس بها وزارات إعلام، ليس هناك وزارة إعلام في أمريكا ولا إنجلترا أو فرنسا ولا سويسرا.. ما معنى ذلك؟ فكرة الإعلام مطروحة في دول العالم الثالث، وهي ظل الأنظمة الشمولية، لأن الدولة تريد أن تعسل عقول المواطنين وأن تُعَبِّئها بأفكار مُعَيَّنة ومنظومات رأي مُعَيَّنة، ففكرة الإعلام ضد حرية الإبداع والرأي والتوجهات، ويوم تُلغى وزارات الإعلام في العالم العربي ستبدأ حرية العقل العربي»^(١٠)

(١٠) وفيق صفوت مختار حول مع الشاعر فاروق شوشة، مجلة الحرس الوطني، السعودية. رابطة الحرس الوطني

السعودية، يناير ٢٠٠٠م، العدد: ٢١١، ص ٩٦، ٩٧

لماذا لم يحقق الإعلام العربى دوره المنشود؟

منذ أكثر من أربعين عاماً مضت، ونحن نسمع عن ديباجات وقرارات تتعلق بتفعيل دور الإعلام فى تحقيق الانتماء العربى للثقافة العربية واحترام حرية التعبير والحوار الأخوى، وتوثيق الصلات بين الدول العربية وصولاً إلى وحدتها، وإنماء شخصية الإنسان العربى وتحصينها وخلق توازن بين الأصالة والمعاصرة، وغيرها من الآمال التى لا تزال نبضت عنها ونعيدها فى كل اجتماع أو مؤتمر!!

انشغال قطرى!!

وسطراً لانشغال «القطرى» للإعلام العربى، وانفراد كل دولة بالترويج لسياساتها المحلية، وغياب الهاجس القومى - برغم تكراره فى الخطب الرنانة عند الاجتماعات أو المؤتمرات - نجد أن التنسيق يكاد يكون معدوماً على المستوى العربى، وأن لجان المتابعة تجد نفسها عاجزة عن متابعة ما يتم من قرارات وتوصيات، خصوصاً إذا شمل ذلك التزامات مالية تجاه تنفيذ بعض الطروحات الإعلامية.

إن التردد العربى فى المساهمات القومية يرجع أولاً، إلى السياسات المتبعة فى الإعلام داخل كل قطر عربى، وأن هذه السياسات تدرج تحت باب السياسات العامة لكل دولة، والتى قد لا تتواءم مع السياسة العامة للبلد الجار، فكيف هو الحال مع ٢٢ دولة بسياساتها العامة؟

ثانياً: محاولة بعض الدول العربية الاستئثار بوجود المؤتمر أو الاجتماع للترويج لسياساتها المحلية، بحيث يكون لها نصيب الأسد من القرارات والتوجيهات التى تخدم ظروفها أو أهدافها ولا يسير ذلك فى السق العام للتوجه القومى. وهذه مشكلة أساسية للعجز عن مواصلة تنفيذ القرارات التى تتخذ.

ثالثاً لا يخفى على أحد حالة التوتر بين بعض البلاد العربية والانقسامات حول رؤية مشتركة حيال القضايا التى تخص العالم العربى، ولعل

أبلغ مثال على هذا هو التوجه والاختلاف العربي تجاه «قضية الشرق أو سيطرة والتعامل مع إسرائيل».

رابعاً، الاستقرار السياسي والاضطراب السياسي الذي يراه في البلاد العربية فهناك دول تنعم بأمن واستقرار سياسي واجتماعي ملحوظ، في الوقت ذاته تعاني دول أخرى تحركات واختلافات تصل إلى حد العنف السياسي، وهذا بلا شك يؤثر سلباً في حجم التوجه القومي في الصياغات الإعلامية المشتركة.^(١١) فهل نحن بحاجة حقاً إلى رؤية جديدة للإعلام العربي؟ كما نحتاج إلى رؤية جديدة في الإعلام العربي منذ إطلاق القمر الاصطناعي العربي قبل عشرين عاماً، وكان لابد أن نتجه إلى تحديد الإطار القومي لاستيعاب التحول الجديد في الإعلام منذ ذلك التاريخ، لكن الممارسات «القطرية» خلال السنوات الماضية لم تكن مشجعة لتحديد تلك الرؤية.

والآن، وبعد ظهور الطريق السريع للمعلومات، والإنترنت والتليفزيون الرقمي، وقيام بعض الدول العربية بتوقيع مشاريع إعلامية ضخمة خاصة بها، ومنها أقطار اصطناعية (اسطلقت بالفعل) في السنوات الأخيرة، نجد أن مجرد طرح هذه المطالبة برؤية جديدة للإعلام العربي قد تجاوزها التاريخ.

ومع وجود التنافس بين الفصائيات العربية، ومحاولة كل منها كسب مزيد من الإعلانات، والتبشير بأن كلاً منها هو الأفضل والأحسن والأرقى، نجد أن الحديث عن الأطر القومية لمبادئ أو رؤية إعلامية جديدة لن تكون له مكاسب من المنظور الواقعي، فواقع العالم العربي أنه استخدم الإعلام لايصال رسائله الرسمية إلى متلقيه داخل وخارج القطر، وقد يكون هذا مقبولاً في ظل تعرض العالم العربي لحملات خارجية واعتداءات مشتركة، ولكنه في ظل الانقسامات

(١١) أحمد عبد الملك: الإعلام العربي بين الأزمة وصياغة القرار، مجلة العربي، الكويت، وزارة الإعلام، سبتمبر ١٩٩٦م، العدد: ٤٥٤، ص ٨٢، ٨٣.

فى الرأى، وعدم وضوح الصورة لطبيعة العلاقات بين الحكومات العربية، وجدنا هذا الإعلام يكرس وجهة نظر مالكيه، مهما كانت درجة صحتها، ويشوه ويُحقّر وجهة النظر الأخرى، ووجدنا أن الجماهير العربية قد انسافت وراء هذه الحملات، دون أن يكون لها رأى فى طبيعة وأسس الخلافات.^(١١)

تدفق أحادى الاتجاه

نلاحظ فى إعلام الدول العربية الذى عانى من تدفق أحادى للمعلومات - شأنه شأن دول العالم الثالث - أن بعض دوله المالكة لوسائل الإنتاج نجدها تُطبق نفس التوجه، ولعلّ الأيام التالية تصدق هذه المقولة، وسوف نجد تدفقاً إعلامياً من دولة أو دولتين إلى بقية الدول التى لا تمتلك مقومات ووسائل الرسائل الإعلامية، لكن هذا لن يكون واقع الحال، إذ أن التعددية وتوافر مصادر الإعلام الراقية تحولان دون حصول ذلك التدفق حيث إن العقل العربى قد استوعب لعبة السياسة والإعلام، إن العقول العربية التى تصحمت من الإعلام الراقص، والدعاية السياسية الواضحة، ما عادت تقبل هذا النوع من التوجه، صحيح قد يؤثر ذلك فى المجتمعات ذات الأهمية العالمية، ولكن ليس مع كل الدول العربية التى ارتبطت شعوبها ببث المحطات الراقية التى تعتمد على إقناع المشاهد والمستمع ولا تبحث عن دعاية سياسية، بل تبعة المنتج الجيد والجديد، وهو يدفع لذلك طواعية، لأنه يشعر أن المحطة الراقية تحترم عقله.

لقد نظر العرب كثيراً فى الهم الإعلامى، وتم حفظ مئات الدراسات، وبشر المثات من الرأى والمقترحات لتجديد الإعلام العربى، ولكن لا يزال هذا الإعلام يحتاج إلى الآلية المشتركة ذات الأبعاد الديمقراطية، ويحتاج إلى نقص ثوب المعالجات العرفية والتفسير الدعائى الذى دوماً يأتى بنتائج عكسية، والمشكلة أن بعض العائمين على هذا الإعلام فى بعض الدول العربية، يوهمون

(١٢) الإعلام العربى بين الأزمة وصياغه للقرن، مرجع سابق، ص ٨٥.

أصحاب القرار بأن الدعاية السياسية الواضحة هي مكسب جماهيري، ولا يعلمون بأن المشاهد من الذكاء بمكان بحيث لو شاهد ما لا يقله أو يقتنع به، لضغط زر «الريموت كنترول» وتحول إلى محطة أخرى.^(١٣)

غياب التنظير،

على الرغم من إدراك الكثيرين لأهمية الإعلام ودوره التنموي، إلا أن هناك شبه غياب لنظري للقضايا التي يطرحها إعلام عصر المعلومات وانعكاساته على تضاريس واقعنا العربي، فخطابنا الإعلامي للرسمي يسوده الطابع العلمي ويخلط عادة ما بين العايات والسياسات والإجراءات

وعلى المستوى الأكاديمي، فإن كثيراً من أهل التخصص تعورهم العدة النظرية والحلفية العمية المعلوماتية لتناول قضايا الإعلام الحديث، خاصة فيما يتعلق بالإنترنت كوسيط إعلامي. أما أهل الفلسفة والتربية وعلم الاجتماع، فيندر فيهم من ينظر إلى الإعلام بصفته هماً تنظيرياً من هموم التنظير الثقافي الحديث.^(١٤)

(١٣) المرجع السابق، ص ٨٥.

(١٤) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣١٧.

الفصل الثالث

أهم التحديات الإعلامية الراهنة،
وسبل مواجهتها

تحديات كبيرة وكثيرة تواجه عالمنا العربي في مجالى الاتصال والإعلام، سوف نعرض لها في هذا الفصل، مع عرض السُّل المناسبة لمواجهة تلك التحديات.

أولاً، الهيمنة على البنى والصناعات الاتصالية،

لقد أدت التغيرات الجديدة في البيئة الاتصالية والإعلامية الدولية إلى تكريس واقع الهيمنة الغربية على معطيات الإعلام وتوسيع نطاقها وتشديد قبضتها. ولا تقتصر هذه الهيمنة على بعد واحد يتعلق بالإنتاج الإعلامى محسباً، بل هي هيمنة ذات أبعاد متعددة. ففي مجال البنى التحتية والصناعات الاتصالية يسيطر العرب على جزء كبير من صناعة أدوات الاتصال والوسائل الإعلامية، كما تحتكر الشركات الأوروبية والأمريكية معظم أوقات الأقمار الاصطناعية.

وفي العالم العربى مثلاً نلاحظ ندنى الصناعات الاتصالية وارتفاع الاستيراد بسببه قد تصل إلى أكثر من ٨٥٪ من الاحتياجات العربية، أما نسبة العاملين في هذه الصناعة فهي لا تصل إلى ٥٪، ولم يحقق العالم العربى فرصاً كبيرة للعمل الإعلامى والصناعات ذات العلاقة بالبرامج التليفزيونية المرئية والمسموعة أو في أجهزة الالتقاط وعموم وسائط الطباعة من ورق وصناعات لها صلة بهذا المجال قياساً بالاستثمارات العالمية.^(١)

أما في مجال الإنتاج الإعلامى فلا تزال وكالات الأنباء العربية الأربع الرئيسة هي:

وكالة رويترز، وكالة الصحافة الفرنسية AFP، وكالة الاسوشيتدبرس AP، ووكالة اليوناييتدبرس انترناشيونال UPI، تتحكم في توزيع ما يقرب من ٩٠٪ من الأخبار في العالم

(١) طالع جلاله الجلسر سوق الاتصالات والإعلام في المنطقة العربية، جريدة الشرق الأوسط، ١٤ من يناير

وتسيطر الولايات المتحدة الأمريكية وحدها على ما نسبته ٤٠٪ من الإنتاج التلفزيوني والسينمائي في السوق العالمية، وهو ما يعد من حيث التصدير في المرتبة الثانية بعد قطاع الطيران والغذاء في أمريكا^(١)

وكانت ثلاث أو أربع وكالات غربية تحتكر إنتاج وتوزيع الأخبار التلفزيونية المصورة، منها وكالة «فيرمور»، ووكالة «رويتير» البريطانية، ووكالة «اليونايتهيرس» المصورة الأمريكية، ووكالة الـ «دي. بي. إيه» DPA الألمانية. ويضاف إلى تلك الوكالات الآن شبكة «سي. إن. إن» CNN، والشبكة الكابلية الإخبارية CABLE NEWS NETWORK فضلاً عن شبكة أمريكية تُسمى «ورلدست» WORLD NET وتقوم معظم الدول العربية الماطقة بالمرسية باستقبال القناة الفرنسية الدولية CFI، وتستفيد قوات التلفزيون العربية من هذه المحطات والشبكات وتتسابق في تقليدها والاقتداء بها.^(٢)

ويدخل في سباق السعي نحو احتكار قنوات التأثير الإعلامي ما قامت به أربع من المؤسسات الإعلامية الرئيسة في العالم، هي: مجموعة «فايشال تايمز» البريطانية، ووكالة الصحافة الفرنسية AFP. و«يهون كيزاي شيمبون» اليابانية، ومؤسسة الخدمات الإعلامية الأسترالية AAB، حيث أسّأت مجتمعا مشتركا للخدمة الإخبارية المالية التي سيتم التركيز فيها على أسواق منطقة آسيا والباسفيكي، وستهتم هذه المؤسسة الإخبارية المالية الجديدة التي أطلق عليها «إف إكس. آسيا» بجمع وتحرير وتوزيع الأخبار المالية ذات العلاقة بالأسواق في آسيا ومنطقة الباسفيكي، وستقيم لها مكاتب في ١٣ مركزاً بالإضافة إلى لندن ونيويورك، وسيعمل لديها أكثر من ٣٥ مراسلاً ومحرراً، وستعمل هذه المؤسسة جنباً إلى جنب مع مؤسسة «أ. ب. ب اكستل نيوز المحددة»، وهي نتاج مشروع

(٢) العرب في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، ج ١، ص ٤٧

(٢) طالع سوزان يوسف أحمد الفليس الاحرق الإعلامي الأجنبي في الوطن العربي، مجلة شؤون عربية، القاهرة جامعة الدول العربية، يونيو ١٩٩٢م، العدد ٧٠، ص ٧٠ - ٨٧.

مشترك بين مجموعة «المايننشال تايمز»، ووكالة الصحافة الفرنسية التي تغطي الأسواق المالية الأوروبية، وستورج الخدمة الإخبارية الجديدة موادها على المشتركين في المنطقة وفي جميع أنحاء العالم عن طريق خطوط هاتف مؤجرة وعبر الأقمار الاصطناعية.^(١)

لقد نتج عن هذا الاحتكار للبنى التحتية للإعلام الدولي والهيمنة على الصناعات الاتصالية - والتي تحول كثيراً من المؤسسات التي تتحكم فيها إلى شركات عملاقة - ما يسميه موريس أبو ناصر بـ «عولمة الصوت والصورة والكلمة»، ومن الطبيعي أن تكون هذه العولمة، من نصيب العرب، والولايات المتحدة الأمريكية هي القوة الأولى المصدرة للثورة التقنية الإلكترونية، إذ تتحكم في نسبة ٦٥٪ من مجمل الاتصالات الدولية من خلال ما تنتجه معاملها الثقافية، ومن خلال تقنياتها وطرقها وممارساتها التنظيمية الجديدة.^(٢)

ومن الطبيعي أن تكون ثمرة هذه الهيمنة الإعلامية رواج النمط الأمريكي في الحياة، وتسلط الأضواء على النموذج الأمريكي سياسياً واقتصادياً، ومن هنا قال فريجيور برجسكي: «المسئول عن الأمن القومي الأمريكي في عهد الرئيس «جيمي كارتر» في كتابه «بين عصريين»: إن أساس العظمة الأمريكية يكمن في هيمنتها على سوق الاتصالات العالمية التي توجد ثقافة شعبية يتم احتدادها سياسياً ويعلّق «أبو ناصر» قائلاً: إن فلسفة العولمة مهد لها سقوط الاتحاد السوفيتي، وتناثر الدول الاشتراكية، واندلاع حرب الخليج، كما مهد لها رجال الأعمال بأسواقهم المالية وخدماتهم التقنية (التكنولوجية)، ومنتجاتهم السهلة الانتقال والتنقل. إلا أن الوسائل التي رسختها على أوسع نطاق إنما هي وسائل الاتصال وتقنياتها المتطورة في التعاطي مع الصوت والصورة والكلمة المرقمة»^(٣)

(١) طالع جريدة الرياض، المملكة العربية السعودية، ١٩ من فبراير ١٩٩٥ م.

(٢) طالع موريس أبو ناصر أنكار جديدة لصر جديد، عولمة الصورة والصوت والكلمة، جريدة الحياة اللبنانية،

١٦ من أكتوبر ١٩٩٤ م، العدد: ١١٥٦٤

(٦) العرب في مواجهة التحليلات الإعلامية المعاصرة، ج ١، ص ٥٨.

ثانياً، القومية التليفزيونية للإنتاج الإعلامي،

فرصت التطورات المدهلة في تقنيات التليفزيون وتراجها مع تقنيات الكمبيوتر والأقمار الاصطناعية تعبيرات جذرية في مجال الأساليب الإعلامية لمعالجة القضايا والأحداث والموضوعات التي تهتم الجماهير، وتبدو العلية الآن للقوالب التليفزيونية، ومن هنا بات الكثيرون يتساءلون: هل انتهى عصر الكلمة المطبوعة؟

من الملاحظ في المجتمعات التي طعم فيها التليفزيون تراجع الإقبال على المطبوعات بصورة متزايدة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية - التي لا تزيد نسبة الأمية فيها على ١٣٪ - تبلغ نسبة مطالعي الصحف أقل من ٤٠٪ من الأمريكيين، بينما يجلس الأمريكيون بمعدل ٧ ساعات يومياً أمام أجهزة التليفزيون.^(٧)

وتشهد المجتمعات المتقدمة في الآونة الأخيرة انهيار عدد من المؤسسات الصحافية الكبيرة إما بطرحها للبيع ونقل ملكيتها، أو إعلان إفلاسها وإغلاقها، ففي خلال الأعوام الثلاثة من عام ١٩٩١م إلى ١٩٩٣م من القرن المنصرم تم نقل ملكية ما لا يقل عن ٣٠٠ مطبوعة مهمة، وبحسب أرقام الاتحاد الدولي لناشري الصحف، فإن أهم انهيار للصحف وإفلاسها يكمن في انخفاض معدلات التوزيع، وانحسار حصيلة الإعلانات، إضافة إلى بعض العوامل الأخرى، مثل ارتفاع أسعار الورق وغيرها. ففي مجال التوزيع تراجعت معدلات توزيع الصحف بصورة سريعة في الدول الصناعية الكبرى بنسبة ٢,٦٪ في الولايات المتحدة الأمريكية، و ١,١٧٪ في اليابان، و ٩,٥٪ في استراليا، كما تراجعت معدلات إيرادات الإعلانات عالمياً في العام ١٩٩٢م بنسبة ٢,٦٪ مقابل ٩٪ في العام الذي قبله.^(٨)

ولذلك لم يعد عجباً أن تحاول الصناعة الصحافية البحث عن أساليب جديدة للتكيف مع هذه الحقيقة المتمثلة في منافسة القالب التليفزيوني وسرقته

(٧) ألفيس كيرنان، هل انتهى عصر الكلمة المطبوعة، مجلة المجلد، ص ٢٠

(٨) طالع تجارة الصحف، ما وراء سطور الصحف الكبرى في العالم، مجلة الصحافة، العدد ١٢٦٤، ص ٢٠ - ٢١

لجماهير الكلمة المطبوعة. إن المذيع والصحيفة كليهما - كما يرى موريس أبو ماصر^(٩) - يحاولان تقليد التلفزيون سواء بنشرات أخباره أم ببرامجه وتحقيقاته، بمعنى آخر يحاولان تقليده بقتل المستطاع، فالجريدة اليومية - على سبيل المثال - تحاول على طريقة التلفزيون أن تكون أخبارها قصيرة ومكثفة وسريعة ومعهومة وواضحة، وتحاول أن يكون ورقها مصقولاً، وتحلباتها سهلة، كما تحاول أن تستعمل الأساليب التي تأسر الأعين وتشدها إلى الموضوع، وذلك باستعمال العناوين التي تستنفر القارئ، واستعمال الصور وإلى جانبها جمل مغيرة وفقرات كتابية قصيرة، ومداخل مجتمعة وملحمة لمصمون الخبر، وأخرى مرفقة وموصحة لرؤوس الأفكار.^(١٠)

ويشير الدكتور «عبد الله الغدامي» إلى هذا التحول فيقول: «إن فعل المشاهدة الذي نمارسه مع التلفزيون هو فعل سلبي وسطحي لا يدخل أعماق الرسالة المبثوثة من جهة، ولا يمتصها إلى أعماق الذات المستقبلية من جهة ثانية، لذا فإن علاقتنا مع ما نشاهده في التلفزيون هي علاقة هشّة سريعة الروال وسريعة التبدل، ويبدو أن غالب أمر الناس مع أمر الجرائد هو شبيه بهذا الفعل، بحيث إنهم يمارسون النظر في الصحف وكأنهم يطالعون شاشة التلفزيون، لذا فإن القراءة ليست قراءة فعلية ولا تحقق أي مستوى من المقروئية التي يمارسها الناس مع الكتب مثلاً، وهذا يجعل تعامل المرء مع قراءة كتاب يختلف عن تفاعله مع قراءته لجريدة، وذلك لأنه (يشاهد) للجريدة وليس (يقرأها) ولقد خضعت الجرائد لهذا الحس وراحت تتشبه بالتلفزيون وعملت ما يشبه «تشبيش الصفحة»، أي جعل الصفحة بمثابة شاشة فضية ملونة، وانطوت على حركة وحركات تتولد عن الألوان والعناوين السريعة اللافتة مما يسمى بفنون الإخراج الحديث.^(١١)

(٩) العرب في مواجهة التحدي الإعلامي المعاصر، ج ١، ص ٥٨.

(١٠) عبد الله الغدامي مفهومات ثقافية سائدة في وسائل الإعلام الحديث المعروض جريدة الرياض، السعودية،

١٥ من ديسمبر ١٩٩٤م، العدد: ٩١٧٠.

ويتدرج في هذا السياق اتجاه الصناعة الصحفية إلى دخول ميدان ما يسمى بـ «الصحافة الإلكترونية»، وقد بدأت مجلة «تايم» الأمريكية منذ عام ١٩٩٤م من القرن المنصرم بث أعدادها على خط المعلومات المورية إلى مجموعة الكمبيوتر الشخصية للقراء المشتركين فيها، وتتيح الطبعة الإلكترونية أن يتلقى القراء مواد المجلة على شاشة الكمبيوتر «ساخنة» قبل يوم من نزلها في الأسواق، كما تتيح المجلة التي يُطلق عليها اسم «تايم المتفاعلة» Time Interactive الفرصة لقرائها لإبداء الرأي ونشره في النشرة الإلكترونية. ويعقد محررو موضوع غلاف «تايم» في كل أسبوع ندوة مفتوحة مع القراء لتبادل الآراء التي تبث إلى تلك المجموعة من الكمبيوتر الشخصية للمشاركين فوراً.^(١١)

ويتوقع الخبراء أن تتطور صحيفة المستقبل الإلكترونية لتتمكن من تقديم أخبار وتحليلات مكتوبة مصحوبة بصور فيديو للأحداث العامة. ويعتقد فراسل نيومان «أستاذ الاتصالات في جامعة «ليثشر» الأمريكية أن هذا سيكون «تحولاً ثقافياً هائلاً»، وكان «نيومان» قد أبلغ الماشرين في مؤتمر لاتحاد الصحف الأمريكية أن: التقنية الحديثة تجعل من النهاية المحتملة للصحف التقليدية أمراً لا مفر منه.^(١٢) وإن كنت أنا شخصياً لا أتوقع ذلك على المدى القريب على الأقل.

عموماً، نحن نعيش الآن في حقبة من حقبة العصر الإعلامي يمكن أن نطلق عليها «حقبة التليفزيون»، وتشتد مشكلة العالم السامي وعالمنا العربي جره منه مع التليفزيون بسبب استعداد مجتمعاتنا لتقبل الانتشار التليفزيوني الكاسح أكبر بكثير من استعداد أهل البلدان الصناعية العربية، ويعود السبب الأول لهذا الاستعداد إلى نسبة الأمية المرتفعة في مجتمعات العالم الثالث من متعلمين وغير متعلمين. أما السبب الثاني فيعود إلى ضعف تقاليد المطالعة غير المدرسية في القسم الأكبر من جنوب المعمورة، ويؤدي هذا الاستعداد الكبير لتقبل التليفزيون

(١١) طالع جريدة الحياة، ٦ من أغسطس ١٩٩٢م، العدد ١١١٣٢.

(١٢) العرب في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، ج ١، مرجع سابق، ص ٨.

إلى اتخاذ الوعي لدينا، على وجه العموم، كما يقول «فريديريك معتوق» شكلاً سمعياً - بصرياً، فالمصداقية المعرفية مرتبطة عند عامة الناس بما يشاهدونه أو لا يشاهدونه على الشاشة الصغيرة، لدرجة أن الواقع الفعلى فى وعى الفرد الحالى، يكاد «ينماهى» مع «الواقع» المصور والمركب الذى ينقله البرنامج التليفزيونى^(١٣)

ثالثاً، طغيان إعلام السوق والطفرة التقنية،

لقد أدى خصوع العمل الإعلامى للمنافسة التجارية إلى غلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية التى تتسم بالسطحية والرداءة فى القنوات التليفزيونية، وقد امتد تأثير الزعة التجارية من الإعلام الخاص إلى الإعلام العام أيضاً، إذ اضطرت كثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول فى منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على قدر من جماهيرها وتأثيرها، فتنازلت نسبياً عن توجهاتها الثقافية والتوجيهية رغبة فى الوصول إلى الجماهيرية التى تؤهلها للمنافسة. ومع رغبة مراكز الإنتاج فى مواجهة الاحتياجات المتزايدة للمادة الإعلامية والثقافية واضطرها للتعامل مع كل الثقافات العالية منها والمتدنية بجدها تلجأ إلى الحد الأدنى الثقافى الذى يتلاءم مع الجميع، وهو ما يعنى بالضرورة البعد عن المستويات الثقافية التى تتلاءم مع تطور المجتمع وتحقيق طموحاته.^(١٤)

وكان لذلك أثره فى الأخبار أيضاً، ولذلك يتساءل «حسنى خشبة» قائلاً: إذا كانت اعتبارات السوق والمسافة على جذب اهتمام المستهلك الإعلامى هى التى تُحدد القيمة الحبرية، فكيف نفع وسائل الإعلام بإعطاء التغطية اللازمة لأحداث لها أهميتها الإنسانية والسياسية ولكنها ليست أخباراً للبيع.^(١٥)

ويرى «خشبة» أيضاً أن العالم اليوم تحول من عهد «الإعلام المُبسّس» الذى كانت السياسة وتوجهاتها ودوافعها هى الصفة الأساسية المميزة له، إلى

(١٣) طالع فريديريك معتوق - التليفزيون لم يعد من قُلت البتة، بل صار أحد أفراده المؤثرين، جريدة الحياة اللبنانية

(١٤) مودة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمع، مرجع سبق، ص ١١

(١٥) دراسة تحليلية فى وفائع المؤتمر الدولى للإعلام، مرجع سبق، ص ٨.

عهد «إعلام السوق والطفرة التكنولوجية»، ويقول: كان الإعلام المُسَيَّس يعرف أين يقف الخصم، وكان تعبير «نحن وهم» هو الترجمة الإعلامية لمفهوم الثنائية القطبية الدولية على امتداد أربعين عاماً من الحرب الباردة. ويقول «هربرت. أ. شيلر» في كتابه «المثليون بالعقول»^(١٦) لقد أنتجت التقنيات العادية للسوق بنية صناعية في وسائل الإعلام لا تختلف في شيء عما يلاحظها في قطاعات النشاط التجاري الصناعي الأخرى. وباحتصار نقول: إن وسائل الإعلام خاصة الإذاعة والتليفزيون، تمثل مشروعات تجارية عالية الربحية ومن بين كل أجهزة الإعلام، باختلاف درجات ربحيتها، يعد التليفزيون آلة هائلة لجمع المال.

لقد تحول الإعلاميون - في عهد إعلام السوق - إلى رجال بيع، ولم يقتصر ذلك على معدى البرامج الاستهلاكية وصنّاع المواد الإعلامية المتنوعة، بل إن مذيعي الأخبار والمُعلِّقين السياسيين أيضاً أصبحوا كذلك، لمنافسة قائمة على جذب جمهور المشاهدين لمتابعة الأخبار تماماً كما هي قائمة في كل البرامج الأخرى نظراً لأنه يتعين بيع الإعلانات لتعزيز وضع «البرنامج»، والنتيجة الحتمية لذلك هي البحث الدائب والمستمر من جانب معدى البرامج عن الإثارة والتشويق والحركة في تغطية الأحداث، فأين تتوافر الفرصة المواتية لذلك بأكثر مما يوفرها الكم الكبير من الأحداث اليومية العاجلة في عصرنا هذا.^(١٧)

إن الموقفين الأساسيين اللذين يقوم عليهما إعلام السوق هما: الدافع التجاري، والاحتياز الذاتي، وبذلك فإن الاتجاه المتزايد نحو المواد الإعلامية الحافلة بالإثارة، والمشحونة بالدrama حتى في المواد الإخبارية إنما هو استجابة طبيعية لمتطلبات السوق التجارية: تقول الدكتورة «جيهان رشتي»^(١٨) إن الأخبار هي مجرد سلعة تجارية تُعرض للبيع، وهذه السلعة يسهل ترويحها، أو تسويقها كلما كانت غير مألوفة أو تتسم بطابع درامي، وعلى هذا الأساس كثيراً ما تُضخم

(١٦) المثليون بالعقول، مرجع سابق، ص ٢٠٢، ٢٠٣.

الأحداث أصعافاً مصاعفة ليس فقط لجذب القراء والمستمعين وإرضاء توقعاتهم، أو لخدمة أعراض سياسية، بل أيضاً لخدمة أهداف تجارية، فهذا التصحيح سيريد من مبيعات الصحف ويريد جمهور الراديو والتلفزيون.^(١٧)

أما الطفرة التكنولوجية التي حققتها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة فقد كان لها أيضاً دور بارز في تشكيل الطريقة التي نستهجها وسائل الإعلام في تناول الأحداث والقضايا. فوسائل الإعلام تعرفنا في طوفان الأحداث، أحداث تعرض علينا سواء أكانت حقيقية واقعية أم مركبة وخيالية - أن نتفرج عليها كمشاهدين لا قبل لنا على غريبتها أو تمحيصها، بلما أن نقبلها برمتها لأنها أحداث اليوم الذي نعيشه، والأسبوع الذي تنتظر لؤاحره، والشهر الذي نتحرق لمهايته، ومنذ لحظة القبول هذه يستسلم الفرد لمنتجى الحدث ولمقدميه وعارضيه. واستسلامه هو نوع من الاستسلام للواقع الذي (تبركه) وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ونفسياتها المنظورة، لا الواقع الحقيقي، والسبب أن كثرة الأحداث المعروضة وفيصها لا يسمحان بالتحقق من أي حدث

إن الطريقة التي تقدم بها وسائل الإعلام الحديثة موادها وأخبارها تترك آثارها العميقة في رؤية الفرد وإدراكه للأشياء والأحداث من حوله، إنها تصنع له واقعاً صورياً مما ينشئ لديه انعصاماً في الإدراك، فمن جهة هناك عالم واقعي يصعب فهمه والتحكم فيه، وهناك من جهة أخرى عالم صوري يحمل الانفعال إلى حده الأقصى من حيث قوته أو ضعفه، وإذا نظر الناس إلى صورة الإعلام وجدوها تصنعهم في أجواء معاهيم لا ارتباط لها بواقعهم اليومي التمس، وإنما لها ارتباط بالعالم الذي تصنعه الدعاية، عالم الـ «هناك» المملوء بالسجاح والشهرة والمال ورجال الإعلام والحياة السهلة والأكل السريع والرخاء الدائم^(١٨)

(١٧) جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥م، ص ١٧٨

(١٨) العرب في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، ج ١، مرجع سابق، ص ٨٩.

وابقاء اختراق الهويات وتغريب الثقافات:

لا يخطئ المتأمل في المحتوى الثقافي الذي تقدمه وسائل الإعلام المعاصرة ملاحظة الميل القوي - في الغالبية الساحقة من ذلك المحتوى - إلى تذويب الهويات الحضارية للأمم والشعوب التي لا تنتمي إلى الحضارة العربية، والتهوين من شأن ثقافتها الذاتية بشتى الطرق والأساليب وبالمقابل يركز المحتوى الإعلامي المعاصر على تقديم الثقافة الغربية بوصفها الثقافة «الإنسانية» التي لابد أن تهيمن وتسود. وقد ساعد العرب في تحقيق هذا الهدف احتكاره للتقنية الإعلامية. وفي هذا الصدد يقول «عبد الإله بلفرير» لقد أمكن لثقافة قومية عالية أن نعم وأن تسود وتهيمن وتفرض على غيرها صفتها المستعمارة كثقافة «عالمية» بسبب ثورة «تكنولوجيا الإعلام» الضخمة المنحقة في العقدين الأخيرين، والتي اتاحت اختراق السيادة الثقافية، والإطاحة بالأمس الثقافي القومي.^(١٩)

والاختراق الثقافي العربي للمجتمعات غير العربية عبر وسائل الإعلام ليس أمراً جديداً، بل هو قديم، وقد بدأ مع استيراد هذه المجتمعات للنظم الغربية في الاتصال والبهرامج والمواد الإعلامية، وتقليدها للمدارس الغربية في تأهيل إعلاميها واعتمادها على نتائج البحوث والدراسات التي أجريت في الغرب، والنظريات التي عكست طبيعة البيئة العربية وتطورها عبر العصور.

إن ما أسماه الباحث الاجتماعي «توماس ماك فيل» (الإمبريالية الإلكترونية) هذا ظاهرة واضحة القسومات في كثير من مجتمعاتنا. وهذه الظاهرة، كما يشرحها «فيل» تتمثل في علاقة التبعية التي تأسست باستيراد معدات الاتصال والبهرامج الأجنبية - ومعها المهندسون والفنيون - وما يتعلق بها من بروتوكولات ومعلومات، وذلك بخلق الأسس لمجموعة من المعايير والقيم الأجنبية والتوقعات التي يمكن أن تغير الثقافة المحلية وعمليات التنشئة

(١٩) جريدة الشرق الأوسط، ٢٤ من أغسطس ١٩٩٢م، العدد ٥٠١٨.

الاجتماعية إلى درجات مختلفة، فالاستيراد يتنوع من الكتب الهزلية إلى الأقمار الاصطناعية، ومن الكمبيوتر إلى الليزر، وبجانبها المنتحات الأكثر تقليدية مثل: البرامج الإذاعية والمسرح وأشرطة السينما وخدمات البرق وعروض الإذاعة^(٢٠)

ولكن الجديد الآن هو أن التطورات الهائلة التي حدثت في تقنيات الاتصال، والتعابير الكسيرة التي أصابت البنى التحتية للاتصالات في المجتمع المعاصر أسهمت في توسيع مساحات ذلك الاحتراق الثقافي العربي وتعميقه في حياة الأمم والشعوب في كل مكان، وبذلك يمكننا القول إن البيئة الجديدة للاتصال الدولي نقلت التعمير الثقافي من كونه مجرد حركة تؤثر في السحبة ذات النطاق المحدود إلى كونه حركة تؤثر في الجماهير العريضة في المنزل والشارع والمكتب والمتجر والمدرسة والنادي، فضلاً عن المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية العاعلة والمؤثرة في الحياة العامة

إن الاحتراق الثقافي المتمثل في رعية قوى عديدة في أوساط العرب في فرض ثقافة «التغريب» وعولمتها حقيقة لا مجال لإبكارها، وفيما يسمى بمصننا هذا الاحتراق «عزواً ثقافياً» يعترض آخرون، لأن العرو يقتضي وجود قصد العرو لدى المعاري، ويقول هؤلاء: إن كثيراً مما يطلق عليه «عزو ثقافي» مجلبه نحن بأنفسنا، بل ونفضل على غيره، ونقبل عليه بنهم وشهية. ويرى فريق ثالث أن ما كان «عزواً ثقافياً» في الماضي تحول الآن إلى ما يشبه «الاستلاب» أو حتى «الاستلاب الثقافي» الذي يجذب فيه الطرف الأضعف إلى الطرف الأقوى، ويحاول تقليده واحتذاء طرائقه وأساليب حياته.^(٢١)

ومهما يكن المصطلح الدال على الظاهرة التي يعيش فيها كثير من المجتمعات المعاصرة، سواء أكانت عزواً ثقافياً أو استلاباً أو استلاباً، فإن ثقافة

(٢٠) طالع مصالح أبو اصبع وسائل الإعلام العربية والاستلاب الثقافي، مجلة شئون عربية، يوليو ١٩٨٢م، العدد: ١٧.

(٢١) العرب في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، ج ٢، مرجع سابق، ص ٤٥.

التعريب» تتسع دائرتها يوماً بعد يوم، وتتوالى بالمقابل وبيرة انحصار الثقافات القومية والداتة للعديد من المجتمعات غير الغربية. وإذا كانت صيحات الإمبرياليين العربيين القدماء في عصور الاستعمار قد عبرت عن تلك النزعة «الأيديولوجية» المشحونة بالشعور بالتموق العنصري والثقافي، فإن صيحات إمبرياليين عربيين معاصرين ما تزال تتجاوب مع تلك الصيحات. وقد سخر السناتور الأمريكي السابق «وليام فولبرايت» من تلك الصيحات القديمة قائلاً: إن سياسة القوة تمارس مستترة بشتى الأسماء وقد كان البريطانيون يسمونها: «عبء الرجل الأبيض»، والفرنسيون «رسالتهم الحضارية»، وأمريكيو القرن التاسع عشر «مصيرهم المحتوم». وقد كتب «هيرمان ملليل» الأمريكي خلال القرن الماضي يقول: نحن الأمريكيين شعب خاص، شعب مختار، إننا نحمل دفة الخلاص لحرثات العالم.^(٢٢)

واليوم، ماذا سمع؟ إنها الصيحة نفسها وإن اختلف الصوت، يقول السياسي اليميني «نيوت جيجريتش» رئيس مجلس النواب الأمريكي (في حقبة التسعينيات من القرن العشرين): «أمريكا وحدها التي تستطيع قيادة العالم، ومثبقى أمريكا الحاصرة العالمية الكونية الوحيدة في تاريخ البشرية، وفي مدة لا تتجاوز ٣٠٠ عام تمكن نظامنا القائم على الديمقراطية التمثيلية والحرية الفردية والسوق الحرة من توفير الأسس اللازمة لأعظم ازدهار اقتصادي في التاريخ. إن نظام قيمنا يحظى بالتقليد والتمثل حول العالم، وتقدمنا التكنولوجي أحدث ثورة في طريقة حياة الإنسان المعاصر وأصبح القوة الرئيسة لعولمة العالم. ويضيف قائلاً: بغير حضارتنا الأمريكية الحيوية فإن البربرية والعنف والدكتاتورية ستجيم على كوكبنا الأرضي، ويمضي قائلاً: إن انطلاقنا نحو المستقبل وفقاً لطرقنا الصحيحة المجربة في الماضي سيعمل على تجديد حضارتنا الأمريكية، وسيؤكد الدور الريادي لأمريكا في مساعدة الجنس البشري كله في مسيرته نحو الرفاهية

(٢٢) قدرى قلجى لأمريكا وعطسة القوة، بيروت. دار الكتاب العربي، ١٩٨٧م، ص ٢٧، ٢٨.

والحرية والأمان، وإذا استطعنا أن نحقق هذه الأحلام الثلاثة للأمريكيين وللعالم
سنكون قد أنجزنا شيئاً عظيماً حقاً.^(٣١)

مسئولية الإعلام العربى فى تأكيد الهوية،

مسئولية إعلام العربى فى تأكيد هويتنا تعتمد بصفة أساسية على الدول
المعنية، وبمؤسساتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وبمدى إيمانها بدورها على
المستويات الإقليمية والدولية، كذلك بمدى قناعتها بالششاط الإعلامى داخلياً
وحارجياً، ولا يمكن لأية دولة أن تسمح لوسائلها حرية الحركة والعمل والإبداع إذا
كان اقتصادها وثقافتها مرهوبين لغيرها، ومالم تتحل الدول الكبرى من سياسات
الهيمنة على الدول الصغرى والسلمية، مع الاعتراف بحق شعوب هذه الدول فى
امتلاك طابعها الخاص، فإن السياسات الإعلامية القائمة فى الوطن العربى ستظل
كما هى، وستظل صورة التبعية متصاعدة: يجب أن يترك للشعوب كافة حق اختيار
طريقها فى التطور والتصرف بمصيرها وأراضيها ومواردها البشرية والطبيعية، وإذا ما
انتمى هذا المهم لدى السياسيين كافة فى جميع الدول فلن يكون بالوسع توجيه
العلاقات الدولية فى طريقها الطبيعى. وقد حان الوقت كى يتخلى قادة الغرب من
السيكولوجية والتصورات التى كانت قائمة فى زمن الإمبراطوريات الاستعمارية،
كما أنه ليس لديهم مبرر من الإقدام على ذلك وطالما أن الغرب مافىء ينظر إلى
العالم الثالث على أنه منطقة نفوذ تابعة له - حيث اعتاد على امتداد قرون أن يكون
السيد - فستبقى بؤر التوتر حية، وستزداد مقاومة الشعوب.

والسؤال الذى يطرح نفسه: هل تتحل الدول الكبرى بمحض إرادتها من
مخاطبة الشعوب وإعراقها بالمواد الإعلامية الترفيحية والاستهلاكية؟

الهدف الأساسى من وراء هذه السيطرة هو رفع معدلات الاستهلاك لدى
الدول النامية، بهدف استمرار الوضع الاقتصادى العالمى بين الدول الصناعية

(٢٢) العرب فى مواجهة التحديت الإعلامية المعاصرة، ج ١، مرجع سابق، ص ١٥

المتجة والدول الصغرى المستهلكة، ويتضح ذلك من استشارة التطلعات لدى الشعب بما يرى ويستهلك فينسى واجهه في الساء مفضلاً الرفاهية السريعة.

والكاتب «عائق فهم» يؤكد نقلاً عن صاحب كتاب «عوائق الاتصال» بأن الاستقلال الاتصالي لا يأتي بالشارل من الأكبر للأصغر، وإنما بقدرية الأصغر على تقوية إمكاناته والسير بعزم قوى نحو هدفه، وبسبب التدفق المعلوماتى، والتقدم التقنى لوسائل الإعلام نشأت مساجلات بين المتعلمين والمثقفين والإعلاميين والسياسيين وغيرهم حول فتح الباب أمام هذه المعلومات أو إغلاقه، أو الاستعادة من كل جديد مع رفض مالا يتوافق مع القيم والثقافة المحلية. واشتدت المعارك الصحافية والإعلامية بين معاهيم الأصالة والمعاصرة والتوفيقية، وصار لكل فريق انصاره. فالفرق الأول يرفض كل جديد، بينما يرفض الثانى كل قديم، ويرى الثالث أن تفتح نوافذ المعرفة فى كل اتجاه، وأن تتعرف على كل جديد يأتي إلينا من حلف الحدود، وأن نرى هذا أو ذاك بميزان عقائدنا وقيمنا ومضاميسنا الاجتماعية، فما تعارف أو توافق مع هذا الميزان قبلناه، وما تناكر أو تصادم معه رفضناه. وذلك باعتبار أن العلم لا دين له ولا وطن، والمعرفة ليست ملكاً لدولة، ولا حصراً على أمة، وإنما هى للبشرية كلها.

ودار حوار طويل حول خطورة الجديد، وسداجة التوقف عند حد القديم دون التمسك بأسباب المدنية والتطور، كما يقول الدكتور «نعمان السامرائى»: إن لدينا عقائد، ولدينا قيماً منبثقة عنها، فليس من السهولة أن نغير عقائدنا وقيمنا كما نغير ملابسنا أو بيوتنا أو سياراتنا. نحن نعتقد أن ثمة ثوابت لا نملك اللعب بها، وهناك متغيرات ليس من المصلحة نقلها إلى الثوابت فتُجمد الحياة. وتحويل الثوابت إلى متغيرات خطأ كمثل تحويل المتغيرات إلى ثوابت. المطلوب منهج للفر مع رؤية وأصحة تصع كل شىء فى مكانه المناسب دون تحيز.

ولقد اعتبر الدكتور مساعد العرابي الحارثي: بأن هذه هي الرؤية الصائبة، ونحن كذلك، التي يجب أن تسود في وسائل إعلامنا، ويجب أن يكرسها قادة الرأي حتى تُصبح سياسة واضحة وفلسفة تضبط إيقاع هذه الوسائل

عموماً، فإن هذه الرؤية تتطلب من القائمين على وسائل الإعلام البقطة والنسبة لما يعد من الخارج، وهي مهمة تقتضي تعاوناً بين الدول العربية نفسها، وكذلك بين وسائل الإعلام ضماناً لسد أية ثغرات يمكن أن تنفذ منها الدول الكبرى، وكذلك لحرمانها من حرية تصدير ما نشاء من مواد إعلامية، ولا يمكن أن يتحقق ذلك إلا إذا اعتمدت وسائلنا الإعلامية على مصادرها الخاصة من مراسلين ومنتجين ووكالات أنباء.

يتحمل إعلامنا العربي مسئولية في تأكيد هويتنا العربية إذا تصافرت جهود عدة جهات لتحقيق هذا الهدف، فهو لا يستطيع الوصول إلى هذه الغاية بمعزل عن الدولة أو الإعلاميين من ممارسين وأكاديميين والعقهاء والعلماء وأساتذة التربية والاجتماع والشعب نفسه أو الجمهور.

مسئولية الدولة نحو تأكيد الهوية العربية في وسائل الإعلام.

يقع الإعلام العربي تحت مسئولية الإشراف المباشر للدولة، وينطبق هذا على جميع الدول العربية، ولكن يتفاوت هذا الإشراف أو يتدرج عبر ثلاثة مستويات هي:

١ - الملكية الكاملة للدولة.

٢ - المرونة في الحركة مع الرقابة الكاملة.

٣ - الحرية مع رقابة جبرئية.

وهذه المستويات يمكن أن تكون هي المدارس الإعلامية السائدة في عالمنا العربي وجميعها يقع في نطاق عين السلطة، ولذلك فإن السياسات

الإعلامية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسياسة الدولة وبنشاطها وحفظها وطموحاتها، ومن ثم فإن الصيغة التي تصطبغ بها الدولة هي التي تُحدد صيغة الإعلام، ونتيجة لذلك فإن الوسائل الإعلامية - بداهة - تعكس طبيعة النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي المطبق، وهي تعمل وفقاً لقانون الدولة ونشريعاتها.

ويسبغى أن نقرر أن تقدم أمة من الأمم يعتمد على تقدم شعبها، فإذا أهملت الأمة تنمية روح الشعب، والطاقات البشرية فستظل غير قادرة على تنمية أى شيء آخر مادياً أو اقتصادياً أو سياسياً أو ثقافياً، ولذلك فإن مسئولية الدول العربية تتجلى في اهتمامها بشعبها، وفي تربيتهم وفق ما تؤمن به من قيم ومعتقدات ومفاهيم ثقافية واجتماعية، فمتى تعلم الشعب تعليماً جيداً نمت قدرته على الإسهام والمشاركة والإبداع.

هذا، وتركز مسئولية الدولة في العالم العربي في إنشاء إعلام قوى، يستمد نشاطه وحيويته من بيئته وهويته العربية في الدعم والتمويل، والتدخل الحاسم عندما تطفئ المادة الإعلامية المستوردة على المادة الإعلامية المحلية أو القومية، وكذلك تشجيع الإنتاج الإعلامي الوطني وتحفره، واختيار قيادات وكوادر مؤهلة لقيادة هذا القطاع المهم، وتدريب تلك الكوادر والقيادات الإعلامية وربطها بثقافة المجتمع، وتشجيع التبادل الإعلامي مع وسائل الإعلام العربية، وتبادل الخبرات والكفاءات الإعلامية بين الأقطار العربية، وتشجيع البحوث والدراسات الإعلامية الجادة والهادفة مع تخصيص الاعتمادات المالية المناسبة، وتوفير القدر اللازم من الحرية والمصداقية للإعلام المحلي، وتحفيز وتشجيع الإعلاميين، على الحضور في مواقع الأحداث حتى يتسم نشاطهم بالحيوية والحدية، ودعوة قطاعات الإعلام للمشاركة في وضع الخطط والسياسات والبرامج الخاصة بها، وإشراك المواطن في تقييم الوسيلة وما إلى ذلك، ومتى أصبح حرص الدولة واضحاً في ترسيخ القيم

والمثل العليا وفي نشر التراث الأصيل بعد تنقيته من كل الشوائب تطورت وسائل الإعلام في تأكيد الهوية.^(٢٤)

كما أن من واجب الدول السامية ككل أن تعحص تدفق الإعلام التنموي داخل حدودها، وفحص نفع وسائل الاتصال في مصاعمة تدفق الإعلام من أجل التنمية، والتخطيط لأجهزتها الإعلامية لتتواءم مع متوازناً مع مراعاة العلاقة فيما بين وسائل الاتصال ذاتها ثم بينها وبين السواحي الأخرى للتنمية، واستثمار البرامج المدروسة لتنمية وسائل الاتصال واستخدامها، وإقامة علاقة تعاون بين إدارات الحكومة المسئولة عن تنمية أجهزتها الإعلامية والمسئولة عن التعليم وغيره من التنميات المتصلة، واتخاذ الخطوات لتيسير تبادل الأبناء، ومحاولة تيسير إنشاء وسائل اتصال محلية، ولستعراض القيود التي تضعها على المواد الإعلامية، والتعكير في إنشاء صاعات للاتصال والتعريف على مدى تجاوب الجمهور مع وسائل الاتصال وهكذا.

مسئولية الإعلاميين نحو تأكيد الهوية العربية في وسائل الإعلام،

يقول علماء الاقتصاد إن سبب تحلّف بعض الدول في العالم الثالث لا علاقة له بضعف مواردها الطبيعية، وإنما تكمن المشكلة في الأساس في ضعف الموارد البشرية، فحيثما وجدت الأمية كان الجهل والمقر والمرض، وعليه فإن هذه الدول لن تتخلص من برائن هذه المعصلات الثلاث ما لم تأخذ بأسباب التعليم والتعلم، وخاصة في هذا العصر الذي يمد عصر العلم والتطورات التكنولوجية المدهلة، فالعلم بالطبع هو معيار التقدم لأي شعب من الشعوب، والتقدم الذي يعيه هنا هو التقدم التقني أو التكنولوجي.

والمعروف لنا جميعاً بأن الدول المتقدمة التي بلغت مرحلة الريادة والقيادة قد بلغت بالعلم والتكنولوجيا، ولذا فقد شهدت نهضة اتصالية كبيرة كما سبق وأن أوضحنا في فصول سابقة.

(٢٤) مسؤولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٢، ٢٣.

وإذا أرادت أمتنا العربية أن يكون لها حظ من تلك النهضة عليها أن تبدأ أولاً بتنمية مواردها البشرية. يقول أحد الكتّاب في إحدى المجلات العربية إن أمتنا العربية كى تبني نهضة شاملة عليها أن تستهدف إعادة بناء الإنسان بتوفير أقصى درجات الرعاية لمواهبه وقدراته واستعداداته، وإفساح المجال أمامه للمخلق والإبداع والاختراع والابتكار، وتسخير مواهبه الإبداعية فى مجالات الخير دون الشر، والنعى دون الضرر، والبناء دون الهدم، والسلام دون الحرب.

وتنمية الموارد البشرية ينمى للمجتمع فى مختلف قطاعاته، حيث ينمو بالتعليم والإعلام، والتعليم هو النشاط الرئيس فى بناء الموارد البشرية، والإعلام هو الوجه التعليمى الآخر المكمل لعملية البناء والتعبئة، وهذه المهمة الكبيرة والخطيرة تتطلب وجود كوادر إعلامية على درجة عالية من الوعى والإدراك والثقافة، ومدرية تدريباً شاملاً على التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة، وقادرة على تقديم رسالتها الإعلامية فى إطار فنى جذاب.

وكُلّما كان الإعلامى مدركاً لطبيعة عمله، ولسياسات بلده، ومستوعباً لما يعمور فى المجتمع من اهتمامات وطموحات كُلّما كان ناجحاً فى أداء رسالته، وبالتالى فإن معرفته بالفلسفة الإعلامية فى مجتمعه منتمثل بالفعل أرضية أو قاعدة قوية للجاح الذى يمكن أن يحققه فى عمله، كما أن حركته ضمن الإطار العام لفلسفة الدولة والمجتمع ستؤهله إلى دفع ونشيط فاعلية الإعلام، وتعميق قدراته فى التأثير، ويتطلب العمل الإعلامى موهبة إعلامية، وحساً إعلامياً جيداً تابعاً من فهم صادق لنفسية المتعرض للرسالة الإعلامية، وذلك مع قدرته على إقناع الجمهور بما يُقدم من معلومات تجسد حاجته ومعتقداته وتطلعاته وطموحاته، ولن يُقدم الإعلام إنتاجاً مهماً ذا بال إذا لم يتوافر له قدر من الحماس والجدية والرغبة الصادقة فى تنمية المجتمع وترقيته، أو فى تحقيق رغبات الجماهير وترسيخ معتقداتها وقيمها، أو فى تأكيد هويتها، وإذا خرج الإعلامى عن إرادة الشعب، أو

اصطدمت رسالته مع الطموحات العامة، أو تناقصت معطياته مع الفتناعات الثقافية والمكرية لشرائع المجتمع فإنه سيكون - في هذه الحالة - معول هدم، ووسيلة لسلخ الأمة عن هويتها قصد أم لم يقصد، فالعمل المبدع والحلاق هو الذى يؤثر فى الجمهور، وهو الذى يبقى، بقول الفيلسوف الألماني «اسميتسر» لن يتحقق شيء ذو قيمة فى هذه الدنيا إلا بالحماس والتصحية. وإنه لا سبيل لإقناع الناس بحقيقة الحياة، وبالفهم الصادقة للأخلاق إلا بنشأة العقلية الإيجابية الخلاقة التى تحوى هذه المعتقدات كمحصلة لصلة روحية باطنة بالعالم، وإنه عندئذ تصبح هذه المعتقدات قوية وواضحة وراسخة، وتكيف كل أفكار الإنسان وأفعاله.

والدكتور «ساعد الحارثي» يحدثنا عن الصورة المعاشة لواقع بعض من إعلامنا العربى الآن بقوله: إن المواد الإعلامية فى دروة تدفقها اليومى - عبر الوسائل المختلفة - تعزل، الجمهور عن فكره وثقافته العربيتين، وتبعده عن واقع حياته التى يعيشها وخاصة التليفزيون.

ويلاحظ الدكتور «إبراهيم إمام» أن وسائل الإعلام تُساعد على جعل الشعب أمة من المتفرجين، وتحولهم إلى أفراد مطلوبى الإرادة لا يعملون ولا يتفاعلون. ولعلّ ممّا يشير السخرية والإحباط ممّا أن يتم تقليد بعض البرامج العربية - وخاصة الترفيهية منها - فمعظم محطات التليفزيون العربية ليس تقليداً بحسب إنما نسخاً مشوهاً وفقط بلسان عربى، مثل برنامج، «الكاميرا الخفية»، و«أشياء لا تصدق» وغيرها، أمّا المسرحيات والمسلسلات فهى ترجمات لأعمال غربية مشهورة^(٢٤)

وأنا هى الحقيقة لى وقعة إزاء رأى الدكتور «إبراهيم إمام» فى هذه الجزئية، فنحن لا يمكننا أن ننكر - بحال من الأحوال - أن بعض كتابنا الأعداد إنما تمت الاستعانة بما أبدعوه فى مجال القصة والرواية لإنتاج أفلام ومسلسلات عالية فى القيمة والجودة، أذكر منها على سبيل المثال: ثلاثية الأديب العالمى «نجيب

(٢٥) مسئولية الإعلام فى تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٤

محفوظ» (قصر الشوق - بين القصصين - السكرية)، رواية «دعاء الكروان» لعמיד الأدب العربى «طه حسين»، رواية «النداهة» لعبقري القصة القصيرة «يوسف إدريس»، «بين الأطلال» للأديب العان «يوسف السباعى»، «الطائرة السوداء» للأديب الجميل «إحسان عبد القدوس»، «سارق العرج» للأديب الكبير «حيرى شلى»، ثم من ما ينسى أفلاماً رائعة كفيلم «الناصر صلاح الدين»، «الشيماء»، «الراهبة»، «قنديل أم هاشم»، «المماليك»، «ناصر ٥٦»، «أيام السادات»... وغيرها، أما عن المسلسلات التليفزيونية، فإن التليفزيون المصرى قدم مد السبعينيات من القرن المنصرم مسلسلات مذهشة، «القاهرة والساس»، «الساقية»، «الطاحونة» ثم استمرت المسلسلات الرائعة التى أذكر منها: «الأيام»، «ليلة القمص على فاطمة» للأديبة الكبيرة «سكينة فؤاد»، «الوتد» «لخيري شلى»، «الضوء الشارد» لـ «محمد صعاء عامر»، «ليالى الحلمية» للمبدع «أسامة أنور عكاشة»، ثم مسلسل «ضمير أبلة حكمت» وغيرها الكثير.

وإن كنت أوافقك الرأى فى أن برنامجاً مثل «برنامج الكاميرا الخفية» قد بدأ جيداً إلى حد ما ثم انتهى إلى برنامج سخيف يدعو للامتعاض بدلاً من أن يدعو للابتسام، استحف كثيراً بأحاديث الناس ومشاعرهم.

ويذكر أيضاً الدكتور «إبراهيم إمام» إنه يلاحظ أن كثيراً من الصحف ليست لها ذاتية خاصة بها، وإنما هى نقل من الصحف الغربية الكبرى، وحتى المادة التحريرية الحفيفة، وخاصة فى الصفحات الأخيرة ما هى إلا ترجمات حرفية ودون تصرف للصفحات المماثلة فى الصحافة العالمية، وتكمن الخطورة فى أن هذه النقول التى تصل إلى الجمهور - بمعزل عن رجال الإعلام المحلى - قد تستهويه ويستلطف قراءتها برغم عدم علاقتها بقيمتنا وأحلاقنا وأعرافنا، ومن المؤسف جداً أن نسمع كثيراً من الشباب - حتى المثقفين منهم وربما أساتذة جامعات - يؤكدون أنهم يبدأون قراءة أية صحيفة من الصفحة الأخيرة، ولما أن تتصور بعد ذلك مدى الغربية والابتعاد عن الهوية والذاتية بسبب هذه الوسائل^(٢٦)

(٢٦) مسئولية الإعلام فى تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٤.

وأنا أعتز أيضاً للمرة الثانية على الدكتور «إبراهيم إمام» على أساس أن الصحافة العربية الآن نهضت نهضة كبيرة، وأصبحت في مصاف الصحف العالمية الكبرى، فالصحف أو المجلات أو الدوريات التي تصدر في مصر ولبنان والكويت والسعودية والإمارات وغيرها، إنما هي إصدارات مهمة ورقاقية ومرجعية أيضاً، ولا تقل عن صحافة العرب في شيء، وهي ترسّح قيمنا وهويتنا العربية، وتناقش قضايا ملحّة وخطيرة، ولدينا صحافيون ومحللون ونقاد على أعلى مستوى، وهذا بحكم تعاملنا الشخصي المهني مع هذه المجلات والدوريات.

والدكتور «سعيد الحارثي» يعود من جديد ويؤكد أن هناك صورا مشرقة بين العينة والمينة تلوح وتظهر في الوسائل الإعلامية العربية، وهي بالطبع تُشكل أملاً في الاتجاه إلى إمكان العودة إلى سابقنا وتأكيد هويتنا، ويرى المنفقون أن هذه الأعمال مالم تُشجع وتدعم من الدولة ومن المؤسسات الثقافية والأدبية مستصبح فطرة في محيط، ولذلك فإن وسائلنا تلك بحاجة إلى الإعلام الجاد والنشط، والملتزم بفكر أمته، والثابت على دهم هويته وتأكيد الذاتية، ولذلك فإن عطاء الإعلامي مالم يكن مرتكراً على عفيذة وقيم مجتمعه فإنه سيساعد - ربما دون أن يدري - في عمليات التعريب، ومالم يستوعب رسالته في الحياة ويعيشها، ويطلق في تحقيقها بعمق وإدراك فإن عطاءه سيكون هشاً وسطحياً وعديم القيمة والتأثير، وسيفقد هو بدوره اهتمام الجمهور وإعجابهم، وبالطبع سيتضاءل الأمل في إنتاج رصين يحمل رسائل ومضامين ذات معنى، أما الإعلامي الذي لا يتجاوز اهتمامه قشور ما يسمع ويرى ويعايش فإنه سيفرق في تقديم مواد للإثارة والترفيه الساذج الصحل، والإعلامي الناجح هو الذي يسعى إلى تجسيد الحقائق ووضعها في اتجاه التعقل والتقدم الذي يقود - في النهاية - إلى تأكيد الهوية وترسيخ ثقافة الأمة.^(٢٧)

(٢٧) المرجع السابق، ص ٢٦

إن ثقافة الاستهلاك بجبروتها وبسماتها المادية الخالية من روح الجدة والأصالة قد انتشرت في وسائل الإعلام العربية، انتشاراً مبالغاً فيه، وعطت على كل ما هو محلي، فأصبحت هويتنا مهددة في عقر دارها، ولم نعد نرى في وسائلنا الإعلامية إلا مقاومة ضعيفة لهذه الأنماط الثقافية الاستهلاكية، من خلال أعمال تعورها الجدية وقوة الانتماء.

إن الهوية لن تتأكد إلا إذا كان الشخص المنوط بالرسالة الإعلامية جاداً ومهموماً بقضايا أمته، ومنغلقاً بها، ومشغولاً على ثقافة شعبه من التشويه والضياع في ثنايا موجات هذا التدفق الإعلامي المُحيف. إذاً فإن الإعلام في عالمنا العربي بحاجة إلى إعادة النظر في كل سياساته وكوادره حتى يصبح قادراً على توظيف كل برامج الثقافة والدرامية والإعلانية والترفيهية، بل وحتى برامج الكارتون والصور المتحركة وقصص الأطفال من أجل ترسيخ القيم وأنماط السلوك العربية، ونشر المبادئ والمثل العليا والقيم التي تتميز بها

مسئولية المثقفين نحو تأكيد الهوية العربية في وسائل الإعلام:

يقرر الكثير من المتابعين أن المثقفين العرب المعاصرين ليس لهم دور مميز في رسم تصور واضح يقود إلى تأصيل العمل الفكري والثقافي، سوى محاولات صئيلة ومتفرقة ومباعدة، كما أن إسهامات الأكاديميين الإعلاميين البحثية والعلمية في تصحيح مسار الممارسة والفعل الإعلامي إسهامات ضعيفة إن لم تكن معدومة، وليس لهم مشاركات واضحة في بناء المستقبل الإعلامي الذي ينطلق إليه المجتمع عبر فكر وثقافة تميزان هويته وتؤكدان ذاته.

عموماً، في فترة من العترات ارتفعت صرخات مثقفينا ومعكرينا أن أنقذوا الهوية العربية بالعودة إلى حماية المصاميم الاجتماعية، ولكن هذه الصيحات لم تجد التحاوب العاقل، بل وقف كثير من المثقفين عند حد التمرد على الثقافات الوافدة، ولم يتبع هذا المرفص «فعل» قوي يحد من تقدم الثقافة الاستهلاكية

الواقعة، ومن تغلغلها في مجتمعاتنا مع أن التفكير في إيجاد البديل الثقافي المناسب والمنافس والنابع من عقائدنا ومثلنا ومبادئنا وتركيبتنا الثقافية والاجتماعية سيعزز ذاتيتنا ويحدث تأثيراً كبيراً في عقليات الجمهور وأماط سلوكهم، وسينسحب هذا على كل أنشطة المجتمع بما فيها الإعلام، لأنه هو القناة التي ينفذ من خلالها الإبداع والمطاء المتميز، بل هو أهم مجال يتيح للمثقفين توصيل رسالتهم إلى الجمهور، إذاً فإن دور المثقف والأديب يرتبط ارتباطاً وثيقاً ومحكماً بدور الإعلامى. وإذا نصافرت للجهود في هذا المنحى فسيتوافر لنا مناخ ثقافى صحى يدفعنا إلى مزيد من الإنتاج والإبداع، مع تقديم أعمال وأطر ثقافية تسمى ذاتيتنا وتدفعنا إلى الاعتزاز بهويتنا والخروج بها إلى دائرة أرحب.^(٢٨)

ودعونا نطرح هذه الأسئلة:

- ماذا عسانا أن نعمل كي تتحدى ثقافة الاستهلاك ونصد مخاطرها عن شعوبنا؟
- كيف نتحرر ثقافتنا من الفوالب المستوردة عربية كانت أم أمريكية وتنقل إلى رحاب العالمية لتعلن عن هويتنا؟
- متى نخرج أو نتحرر من عباءة لوقصص الابيهار؟
- كيف نشجع المبادرات ثم ندعم الأفعال؟

لكى يتحول المجتمع من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الإبداع أمامه قضية أساسية واحدة هي قضية الجدبة، الجدبة على مستوى الأفراد وعلى مستوى الجماعات، والجدبة تعنى: الدقة فى صياغة للمشكلات التى تواجه مجتمعاتنا العربية، والرغبة فى التخطيط الموضوعى العلمى لتجاوز هذه المشكلات، والعمل الدءوب لتنفيذ المخططات المرسومة وتحقيق الأهداف، والقدرة فى إعداد وتدريب الأفراد المقتدرين فى كل فنون العلوم ومجالات الاهتمام، والمههجة

(٢٨) مسئولية الإعلام فى تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٧

العلمية الرصينة في صبط المعايير وتقويم الأداء وشحذ الهمم واستغلال طاقات الأفراد وموارد الأرض وسعة الرمان والمكان.

كما أن حشد الطاقات الثقافية والمكرية لمواجهة التحديات يقودنا في الطريق الصحيح إلى تأكيد الهوية العربية، وفي هذا الإطار لابد من تناعم العمل الثقافي مع العمل الإعلامي، وأن يتحرر كلاهما من الرعة الذاتية، وألاً يتنافسا أو يتنافرا، لئلا يصطدم الجمهور بأعمال ثقافية مشوهة لا علاقة لها بقيمه أو تطلعاته وبالمعل فإن بعض وسائل الإعلام في دول العالم الثالث أوجدت نماذج إعلامية ليس بينها وبين النماذج الثقافية أى اتصال أو محطات التقاء، فكان أن سارت عجلة الإعلام في اتجاه وعجلة الثقافة في اتجاه آخر، وربطت الثقافة بالتعليم الأبجدي والجامعي، وربطت وسائل الإعلام بالترفيه وبعض المجالات المحددة، ومالم تتوحد جهود المثقف والإعلامي في وجه المد الثقافي القادم من الخارج فإن هويتنا الثقافية ستكون في مهب الريح، خاصة وأن المكر يحلط بين الصحيح بالباطل، والسفع بالضار في رسائله الإعلامية التي يوجهها إلى الشعوب الأخرى عن قصد أو عن غير قصد، لقد قال أحد تجار الأفلام الكبرى في المغرب عن المشاهد العربي هذه المقولة المهيئة: الجمهور العربي يشاهد أى شيء مادامت هناك مشاهد مثيرة، ويمكننا حشو دماغه بأى شيء، وهذا يسمحنا سلطة كبرى. (٢٩)

إن هذه السحرية القاسية تفرض علينا تغيير سياستنا الإعلامية وخطابنا الإعلامي، وثقافتنا لا جدال في أنها عظيمة، لأنها ثقافة ذات مبادئ إنسانية.

بلا شك يفترض أن يكون الإعلام مثقفاً وواعياً، ويتمتع بحس وإدراك عميقين ولا يختلف اثنان على أن عملية الاتصال في أساسها عملية معرفية أى ثقافية، لأنها تصيف وصيداً معرفياً لشخص المثقفي للرسالة، لذلك ربطت وسائل الاتصال - وخصوصاً الاتصال الجماهيري - بالثقافة، وأصبح كل منهما مرادفاً

(٢٩) مسئولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٨.

للآخر، ولكن اختلاف أساليب الحياة وتنوع التوجهات الاقتصادية للمحطات القائمة على صناعة وسائل ورسائل الاتصال أبررت مجالات جديدة ومريحة لنقطاعات التي يمكن أن تنقلها وسائل الاتصال الجماهيرية، حتى وصلنا إلى الدرجة التي يمكن أن تنعت فيها بعض المحطات التليفزيونية بمحاولة تدمير السبة الثقافية وذلك بتركيزها على البرامج الترفيهية التي لا تحمل - في كثير من الأحيان - قيمة ثقافية بالمعنى الإيجابي للمصطلح، أو نصيف جديداً إلى جدول المعرفة الإنسانية وهذه في الواقع ليست اتهامات للإعلاميين أو المثقفين على السواء، وإنما هو تصوير وهم جيد لمسار الثقافة في بلادنا العربية، ولعل الصراع بين الاثنين غير حافٍ على المتابع المهتم بحب وطنه وقيمه وثقافته، والمشفق على هويته، ونتيجة لهذا الصراع تراجعت السياسات الثقافية أمام الرحم الهادر للإعلام وتمجده لقضايا أخرى قد تهم فئات معينة من المجتمع.^(٣٠)

وتنصى محاولات تأكيد الهوية تعاوناً كبيراً بين المفكرين والمثقفين من جانب، والسلطة ووسائل إعلامها من الجانب الآخر، إن شعور المفكر أو المثقف بالحرية والأمن، حرية الفكر والتعبير، والأمن السياسي والاقتصادي يوفر له مناخاً رائعاً للعطاء، ويخرج طاقاته الإبداعية الكامنة، وفي هذه الحالة يستطيع أن يقدم من خلال وسائل الإعلام أعمالاً رصينة وجلييلة تستضيء بها المجتمعات العربية، ويهتدى بها المجتمع الإنساني عموماً، والإنتاج الثقافي الجيد الذي يجعلنا نرهب به ونباهي الأمم الأخرى لابد من أن ينشئ على قاعدة من المهام العميقة للأصالة والتراث على السواء، وأن يتعاقب فيه القديم مع الجديد، حتى لا يحدث أي اختلاف في الرسالة الإعلامية يطعن في هويتها ويتهمها بالجمود

مسئولية التربويين نحو تأكيد الهوية العربية في وسائل الإعلام،

لا تقل مسؤولية التربوي في تأكيد هويتنا الثقافية عن مسؤولية الإعلامي والمثقف، فجهود الثلاثة لابد أن تخرج من نافذة واحدة، وتتجه نهجاً واحداً،

(٣٠) مسؤولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٩.

وتُحقق غايات واحدة، فالثلاثة ينبغي أن تجمعهم وحدة الشعور، ووحدة الهدف والتطلع، ووحدة المصير، واتساق الجهود كي يتحقق الهدف المنشود، أما اختلافهم وتشتتهم فيؤدي حتماً إلى خطله النية الثقافية والإعلامية والتربوية للمجتمع، إذاً فلا بد من أن تتسجم فلسفة الثلاثة مع بعضها، والتربوي مطالب باستغلال ما يُتاح له من مساحة زمنية في الوسائل الإعلامية لتكملة وظيفته في المدرسة والجامعة أو أية مؤسسة تربوية أخرى، لأن مهماته على اختلافها، وخاصة التليفزيون الذي يستأثر بكل المائض من أوقات الأطفال والشباب، وكلاهما يعد ادخاراً لمستقبل الأمة، فإذا احتلت تربيتهم ونأت عن روح المجتمع وثقافته فلا مستقبل لمجتمعهما، ويتحتم على الإعلام التربوي استخدام كافة الوسائل والأساليب والطرق المتاحة كي ينجح في فاصيل القيم والمهارات والمعارف والمعلومات في مؤسسات المجتمع ومنظماته

وبما أن البث المباشر يُهدد هويتنا بتشنة صغارنا على قيم وعادات تحالف فكر أمتهم وثقافتها فإن التربويين والإعلاميين مطالبون بتحسين الأطفال ضد ثقافة الاستهلاك والتفريب ونحن نريد من الإعلام التربوي أن يتحدث عن المسائل التربوية المهمة، اللصيقة بحياة المجتمع، كما يريد منه مادة غنية ثرية تحدث أثراً إيجابياً، وترك صدى قوياً بنفس الصغير والتلميذ والطالب والشاب، وتساعد على اكتشاف ما يملك من طاقات ومهارات، وتشعره بأن للوطن واجباً وحقاً عليه يؤديه له من خلال عمله وإنتاجه وإبداعه واحترائه.^(٣١)

والتربويون قد يتهمون الإعلام بالصحالة ومحاربة فكر الأمة وقيمها، وطمس هوية المجتمع، ولذلك يرى التربوي أن الإعلامى يدمر ما بناه، ويحطم حصيلة جهده، ويسف عطاءه الذي استغرق أعواماً، والإعلامى يتهم التربوي بالجمود تارة، وبضعف التأثير تارة أخرى. كما يرى التربوي أن السر في ضعف مستوى

(٣١) مسؤولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٢٠

الطلاب في الجيل الحالي يرجع إلى تعرضهم لرسائل إعلامية متنوعة وغريبة نشئت جهدهم وفكرهم، وتستولي على طاقاتهم التي كان من المفروض أن تُخصص لاستيعاب دروسهم، ويورد الإعلامي بأن الجيل الحالي من هؤلاء الطلاب أكثر وعياً وأوسع أفقاً، وإن كان سطحي التحصيل صحل النعته في دروسه^{٣٠}

عموماً، لو تكاملت المهمتان لكانت النتيجة فكراً نقياً، وثقافة صافية ذات أصول وجذور تبرز هويتنا وتؤكدنا على الدوام. وتكامل الأجيال عموماً التربوي منها والإعلامي يصنعنا على الطريق الصحيح والفاعل في صناعة الحضارة العربية.

لا شك أن مهمات التربوي شاقة في هذا العصر الذي تداخلت فيه الثقافات، وتراجعت فيه قيم وتقدمت أخرى، وما لم يكن قادراً على استيعاب تراثه مع فهم لأبعاد الثقافة المعاصرة فإنه سيسهم في تشويش فكر المجتمع، وسيعجز عن المشاركة في تأكيد الهوية لشعبه وأمته، وإذا أردنا فهم التراث والمعاصرة لبيان بهمة المستقبل يجب أن يكون بناء القيم والمثل العليا واحترام التراث في الآداب والعلوم والفنون والعادات والتقاليد الاجتماعية أساساً لتربية الأطفال والشباب في الوطن العربي، فالتربية والتثقيف هما هذان أي عمل يتخذ صفة العلم، والعلم بالطبع هو الاتصال في أي من أنواعه، إذاً فإن التربية عملية ديناميكية مستمرة، وعملية إعلامية في جوهرها، ويتحتم وفق هذه الفرضية تدريب التربوي والإعلامي وتهيئتهما ليصبحا قادرين على الإسهام في تأكيد هويتنا الثقافية.

الخروج من المازق،

إذا كان مطلوباً لمواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة أن يسعى كل فطر عربي إلى إعادة النظر في هياكله الاتصالية وسياساته وأساليب خطابه الإعلامي، فإن من غير الواقعي الاعتقاد بأن أقطارنا العربية يمكنها منفردة مواجهة التحديات الإعلامية بالعة الخطورة التي يحفل بها واقعنا المعاصر. إن التعاون الإعلامي

(٣٢) المرجع السابق، ص ٣٠، ٣١

بين العرب على مستوى الدول والحكومات، أو على مستوى المؤسسات والهيئات بُعد ركيزة أساسية لأي مواجهة حقيقية، وعوضاً عن الشكوى من العرو الإعلامي الأجنبي والتذمر من آثاره السيئة على الأفراد والمجتمعات، فلا بد من أن نفعل شيئاً.

ونعتقد أن مقترحات عديدة قيمة قد طرحت في لقاءات ومؤتمرات واجتماعات عربية كثيرة، فلماذا لا يتبناها العرب ويسعدونها؟

يدعو الدكتور «عبد الله الحاسر» على سبيل المثال - في مؤتمر دولي للتحديات الاقتصادية للعالم العربي، الحكومات العربية مع القطاع الخاص في تأسيس مشاريع صناعية إعلامية وإعلامية مشتركة، وفي دعم مسارات اقتصاديات الإعلام العربي وتشجيعها وتنشيطها. ويقترح لتحقيق ذلك وضع سياسات وخطط عربية موحدة تمكن من تسهيل الاستثمارات وجذبها إلى المنطقة العربية في مجالات الإعلام والصناعات المتصلة بها، وتأسيس صندوق مالي عربي مشترك يُسهّل القروض التمويلية للمشاريع الإعلامية المشتركة، وربط البنى التحتية الأساسية بعضها ببعض، وتوحيد التمثيل التجاري والإعلامي والإعلاني مع العالم الخارجي، وتعزيز آليات التكتلات الاتصالية العربية.^(٣٣)

والدعوة إلى تكتل إعلامي عربي ليس بدءاً في سلوك الأمم المتجانسة فكرياً ولغوياً وقومياً، أو حتى تلك التي تجمع بينها المصالح الاقتصادية أو السياسية أو الثقافية، فالدول الآسيوية مثلاً تعقد ملتقيات برامجية للتبادل الإعلامي، لقد حصر الملتقى الذي عُقد في عام ١٩٩٤م من القرن المنصرم حوالي ثلاثة آلاف منتج ومستثمر وبائع في الإنتاج التليفزيوني من (٥٩) دولة آسيوية، وقامت هذه الدول بتبادل البرامج والأفكار معاً أثار فزع الدول المصدرة إعلامياً^(٣٤)

(٣٣) طالع جريدة الشرق الأوسط، ١٤ من يناير ١٩٩٥م، العدد ٥٨٩١

(٣٤) طالع عهد الطيش ألوهام الغزو الثقافي، جريدة الشرق الأوسط، الأول من فبراير ١٩٩٥م

وهي اجتماع هيئة السمعيات والبصريات الذي عُقد في بروكسل تقرر إنشاء نظام للإنتاج والتوزيع السيممائي بتكلفة قدرها ٢,٥ بليون دولار وذلك لمواجهة التدفق السينمائي الأمريكي. وقد عبر وزير الثقافة الفرنسي «جاك توبون» (أنداك) عن ذلك بقوله: إن الأوروبيين بعامة والفرنسيين بخاصة، يناشدون الأمريكيين بطريقة ودية لإعطائهم الفرصة للحفاظ على الثقافات المحلية.^(٣٥)

ومع الأهمية الكبيرة لتطوير بنى الإعلام العربى وسياساته وأساليبه، وهو ما ينشده الكثيرون ويتطلعون إليه لمواجهة التحديات التى لا يتقطع تدفقها علينا، فإن المشكلة لا تنحصر فى الجانب الإعلامى فحسب، فالتحديات تحالط جواب عديدة فى حياتنا العربية، ومن هنا لابد من التأكيد مرة تلو الأخرى على أن أزمة الإعلام مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالأوجه الأخرى من أزمة النظام العربى كله.

وإذا دققنا النظر فى التحديات الإعلامية فإننا سنجد أنفسنا بإزاء جملة من الأسئلة الكبرى التى لا يستطيع الإعلاميون وحدهم الإجابة عنها، وهذه بعض تلك الأسئلة:

• هل من سبيل إلى كسر الاحتكار العربى والهيمنة الأمريكية على البنى الاتصالية فى العالم العربى والتخفيف من أعباء التبعية الإعلامية؟ وإذا كان الأمر ممكناً، فما الذى يتطلبه ذلك على المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية؟

• هل نملك تصورات واضحة لطبيعة ثقافتنا العربية ومدى ملائمة الأسلوب التليفزيونى الطاعى فى الإعلام المعاصر مع مطلقات تلك الثقافة ومعطياتها؟ وكيف يمكن تأصيل وتوسيع سلوكياتنا الثقافية المعتمدة كثيراً على «القراءة» فى ضوء الزحف التليفزيونى المدفع فى مجتمعاتنا؟ وما الذى ينبغي عمله لصوغ أسلوب إعلامى عربى منبثق من طبيعة ثقافتنا، ومراعٍ لظروف مجتمعاتنا، وملبٍ لطموحاتها الاجتماعية والتنموية؟

(٣٥) طالع عهد الطباشير لوزراء اتصاليات لوزراء الشرق الأوسط، ١٩ من أغسطس ١٩٩٤م

• كيف سنوائم بين الاتجاه العالمى المتزايد نحو «إعلام السوق» ومتطلبات «الإعلام الهادف» الذى يسعى إلى تثبيت قيمنا الدينية والأخلاقية، وتحقيق أهدافنا الاجتماعية والقومية؟ وهل يمكننا بلورة بدائل تنظيمية توفيقية لمؤسساتنا الإعلامية تستعيد من إيجابيات التشخيص دون أن تبتلعها سلبياته؟

• ما الذى نحتاج إلى عمله لمواجهة «ثقافة التفرير»؟ هل سرفضها بدعوى أنها غرر فكري أم سقبلها بدعوى أنها نتاج طبيعى للانفتاح والتعامل بين الحضارات؟

• كيف يمكننا إيجاد منهاج واضح يحدد لنا الأسس والمعايير التى ترشدنا إلى المحافظة على خصوصيتنا الثقافية دون أن ننزل عن العالم أو نستخدمها كسلاح لرفض التعامل مع ثقافات الآخرين والاستفادة منها؟

إن هذه الأسئلة الجوهرية نضعنا أمام الحقيقة الباصعة، وهى أن التحديات الإعلامية المعاصرة التى نواجهها فى عالم اليوم لا تشير إشكالات إعلامية فحسب، بل إنها تثير إشكالات أكبر وأعمق مما له صلة وثيقة بكيونتنا الحضارية وهويتنا الثقافية، وبالإضافة إلى ذلك فإن هذه التحديات تُصيب - على نحو مؤثر وفعال - وجودنا السياسى، والاقتصادى، وكذلك أنساقنا السلوكية والاجتماعية، ومن هنا فلا ماص من النظر إلى هذه التحديات فى إطارها الأوسع.

بارقة أمل،

الدكتور فبيل على، لديه قناعة راسخة أن احتكار السلطة الثقافية سيواجه مقاومة شديدة، ويشير إلى أن هناك كثيراً من منتجات إعلام العولمة جاءت دون توقعات الجماهير المحلية، منقطعة الصلة عنها، وهو الأمر الذى دعا بعض شركات التليمرزيون العالمية إلى أن تمزج بين العالمى والمحلى، أشهر مثال على ذلك محطة MTV الأمريكية فى الهند وأمريكا اللاتينية المتخصصة فى الأغاني والموسيقى، التى أقامت فروعاً محلية لها للأغاني الهندية والإسبانية ويبحث على

الأمل - أيضاً - ما حققته البرازيل والمكسيك والهند ومصر من نجاح فى مجال الإنتاج السينمائى والتلفزيونى، وهو ما يؤكد إمكان اللعب مع الكار فى حلبة الإعلام العالمى، الذى سيظل دوماً رهين محتوى الرسالة الإعلامية ذات الصلة الوثيقة باللعبة، وبالواقع المحلى وبذوق جماهيره الخاص.

إن المبدع الإعلامى العربى لقادر على أن يتحدى القيود المفروضة عليه، وأن يستحدث طرقاً مبتكرة لمواجهة الإنتاج للصحة، ويكفى الإشارة إلى أن أكثر البرامج التلفزيونية نجاحاً فى الولايات المتحدة الأمريكية البرامج المسماة: «دقيقة» لم يعتمد على الإبهار والتكنولوجيا المتقدمة، بل يعتمد على اللغزات والصور الثابتة والحول مع الجمهور.^(٣١)

عموماً، لسنا وحدنا الذين نشكو من احتكارية الإعلام الأمريكى ومن ارتفاع كلفة الإنتاج، حيث تشكو منه بلدان أوروبية متقدمة مثل: بلجيكا والسويد، غير أننا نتميز عنهم بأن لدينا الكتلة الحرجة من الجمهور المتكلم باللغة العربية، علاوة على أن استيراد الدول الأوروبية لمحترى الإعلام الأمريكى يختلف عن استيرادنا نحن له، حيث يستورد الأوروبيون من ثقافة متقاربة لا معاكسة كما هى الحال بالنسبة لنا.^(٣٢)

Mckibben, Bill, The Age of Missing Information, The Penguin Group, New York (٢١) 1993. P. 215.

(٢٧) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣١١.

الباب السادس

أهم المشكلات التي صاحبت وسائل

الاتصال والإعلام المعاصرة

الفصل الأول

الهيمنة الغربية / الأمريكية على وسائل

الاتصال والإعلام المعاصرة

لقد أحدثت التغيرات المذهبية (الأيدولوجية) والاقتصادية والسياسية التي شهدتها السنوات القليلة الماضية تأثيراً بالغاً في البيئة التي تعمل فيها وسائل الإعلام، كما أسهمت التطورات الهائلة في مجال تقنيات الاتصال كالكمبيوتر والإنترنت والأقمار الاصطناعية في إحداث طفرة إعلامية لم يشهد التاريخ لها مثيلاً في حجمها واتساعها، أو بسيتها أو وطبعتها. لقد انهارت أيدولوجية المعسكر الشرقي الشمولي معهايمها وطقوسها، وانتهت الحرب الباردة، وتغزرت قضية الحرية الليبرالية السياسية والاقتصادية التي تقوم على سيادة الشعوب الديمقراطية ونظام السوق الحرة، ورفعت دول العالم اتفاقية «الجات» التي تلغى أشكال الحدود الدولية وتعلن الخضوع لسياسة الاقتصاد والتنافس بين الدول.

كل هذه التغيرات والتطورات انعكست على نحو واضح في واقعنا العربي، وكان لها دورٌ بارز في إيجاد بيئة إعلامية جديدة تحمل في طياتها الكثير من التحديات التي لا بد أن يواجهها العرب في محاولتهم للتكيف مع هذه البيئة، وفي بحثهم عن السبل الكفيلة بإيجاد موقع لهم في السطام العالمي الذي يعيشون في كنه.

الصدمة الإعلامية:

يعيش إعلامنا العربي صدمة إعلامية على مختلف المستويات السياسية والتنظيمية والعمية، فليس بالأقمار الاصطناعية والقنوات الفضائية وأحدث المطابع الصحافية وحدها يحيا الاتصال في عصر المعلومات، وعليها أن تُقر بأننا لم نرصد بعد مسارات الخريطة «الجيو - إعلامية» الحديثة، وهو ما عبّر عنه التقرير الاستراتيجي العربي للعام ١٩٩٩م، بضعف الاستجابة إلى عولمة الإعلام.

لقد فقد إعلامنا العربي محوره، وأضحى مكبلاً بقيود ارتباطه الوثيق بالسلطة، تائهاً بين التبعية العنية والتنافس السلبي على سوق إعلامية إعلانية محدودة، وكان نتيجة ذلك أن أصبح رهين الإعلان من جانب، وذليل الدعم الحكومي من جانب آخر.

إن إعلامنا العربي يواجه عصر التكتلات الإعلامية مشتتًا، عارفاً عن المشاركة في الموارد، يعاني من ضمور الإنتاج وشح الإبداع، حتى كاد - وهو المرسل بطبيعته - أن يصبح نفسه مستقبلاً للإعلام المستورد ليعيد بثه إلى جماهيره، وأرشفكت وكالات الأنباء لدينا أن تصبح وكالات للوكالات الأربع الكبرى، حتى فيما يخص أحوارنا المحلية. لقد ارتضينا أن نوكل إلى غيرنا نقل صورة العالم من حولنا، بل صنع صورتنا عن ذاتنا أيضًا.

أما شبكة الإنترنت - فلم ندرك بعد - مغراها الثقافي لكي يمكننا إدراك مغراها الاتصالي الإعلامي، وذلك على الرغم من فناعة الدكتور «نبيل هلي» بقدرتنا على اللحاق بإعلام الإنترنت وهو ما زال في مهده.

الحلاسة إذاً: لقد وقعنا في فخ شبك الاتصال والإعلام، شبكة الأفعار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت، وشبكة التكتلات الإعلامية المتعددة الجنسية، ولا يمكن للمرء أن ينكر بعض المحاولات الناجحة لتطوير الإعلام العربي في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون، إلا أن هذه المحاولات تظل دون الحد الأدنى المطلوب.^(١)

شكوى الإعلام العربي من التناقض الجوهرى:

يشكو إعلامنا من تناقض جوهرى، بعد أن تحلى عن مهمته التنموية الأساسية ليسود طابع الترفيه والإعلان على حساب المهام الأخرى، ويقصد بها مهام التعليم، والتوعية الثقافية، وإعادة إحياء الإدارة الجماعية للمشاركة في العمل الاجتماعى ومن قبيل الإبصار، فإن إعلامنا، شأنه فى ذلك شأن معظم نظم الإعلام فى دول العالم الثالث، يعمل تحت ضغوط سياسية واقتصادية تنأى به عن هياكله التنموية البعيدة المدى، ويكمن التحدى - حالياً - فى أن التوجهات الإعلامية الراهنة تعمل على زيادة هذه الضغوط معاً يتطلب سياسة إعلامية أكثر صموداً ومرونة وابتكاراً.

(١) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٤٧.

التبعية الإعلامية،

يؤكد الدكتور «مسعد الحارثي» أن الإعلام العربي ضائع الهوية أو صغيفها على الأقل، ويعتقر إلى سمة الأصالة، وإلى الملمح الثقافي الذي يؤكد دابته، وهو ينفي أنها رؤية تشاؤمية، ولا وسيلة من وسائل جلد الذات بسبب هزيمة نفسية كبرى، ولكن - حقيقة - هذا هو واقعنا الإعلامي، فإعلامنا العربي عائب عن الساحات الساحة على امتداد العالم، ويفتقر إلى المصداقية إلى درجة كبيرة، وإلى أعمال تتسم بالعمق والشمول وتفوده إلى إبراز الهوية وتأكيدا.^(١)

والإعلام العربي - إذا تم استثناء إعلام بعض الدول العربية - لا يفصح عن داته مباشرة، ومتردد دائماً في إبراز بظافته الشخصية في معمة الأحداث الساحة التي تطل على عالمنا بين حين وآخر، وهو لا يقدم ذاته إلا متأثرة بمهجية وافدة إن لم تكن ممسوخة أو منسوخة تماماً، فالمصامير الإعلامية لدينا نحن العرب لا تعدو أن تكون ذات بسج عربي في العالب، وهي ذات سق غربي بلسان عربي، ولذلك فإن الإطار واللوحه غير منسجمين على الإطلاق، لأن محاولات التوليف بينهما لا تعتمد على بضح ووعي بإشكالية الأصالة والمعاصرة، ولا بأهمية الإعلام في تأكيد الهوية، ولا بقدرته على المنافسة العية والإبداعية، ويبنى إعلاميون كثيرون نظرتهم الارحرائية هذه للإعلام العربي نظراً لفشله الواضح في إحداث توازم بين الدول العربية نفسها، فكيف بالدول الأخرى؟، ويضيفون أن هناك سمات تناهز ما رالت موجودة بين الشعوب العربية وغيرها، وهي قائمة على قومية أو شعوبية، وربما على فوارق ثقافية واقتصادية وحتى الآن لم تتمكن أية دولة عربية - كما تقول الدكتورة «عواطف عبد الرحمن» في مؤلفها «قصايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث» من تحقيق سيادتها الإعلامية كاملة، وما فتئ إعلام كثير من الدول العربية متقوقعاً ومتحوراً حول نفسه، ويقدم مصالح دوله على المصالح القومية، وذلك علاوة على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية القائمة في كثير من الدول

(٢) مسئولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ١٢

العربية، والتي لا يستطيع الإعلام التعبير عنها بوضوح كامل، فالإعلام مظهر أو تعبير عن الواقع السياسي والاجتماعي، فيما أن الصورة السياسية للمجتمعات العربية غير واضحة فإن من الصعوبة التعبير عنها عبر وسائل الإعلام للعالم الخارجي، وهذا ما أدى إلى شلل المسعى الإعلامي لمسيرة الإعلام العربي.

كما يؤكد محمد موفق العلابي^(٢) في كتابه «وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة». اتهامه لوسائل الإعلام العربية بأنها ساعدت كثيرًا في عملية التعريب ودفع المواطن العربي دفعًا إلى التخلي عن بعض ثقافته وقيمه وسلوكه.

ويؤكد أيضًا «العلابي» أن الإعلام العربي يعاني أزمة شديدة في نواح عدة أهمها عدم وجود خطة إعلامية واحدة على مستوى العالم العربي، وهذا ناتج عن غياب الإطار الفكري الموحد الذي يجمع الشمل ويوحد الكلمة، ويسهم الإعلام العربي في الصرر بأمنه العربية بسبب كثير من العوامل منها. التشويه الفكري، وضعف الهوية الذاتية، وضبابية المفهوم، وتعدد الولاءات، واستخدام العاطفة وعريضة القطيع، والفس الهابط، والمالعة والكذب في رفع الشعارات البراقة وغيرها، هذا على المستوى الداخلي. أمّا على المستوى الخارجي فلاحظ الأثر الصار للإعلام العربي في تكريس الفرقة بين الشعوب، والتعقيم الإعلامي، وتغذية الخلافات بين الدول العربية نفسها.

وتتجسد مظاهر التبعية أيضًا في أن المناهج الإعلامية بالمعاهد العربية تفتقد الرؤية الوطنية والقومية الشاملة لمتطلبات واحتياجات الوطن والأمة العربية إعلاميًا، مما يترك آثارًا سلبية على تكوين الكوادر، وخصوصًا رسائل الماجستير والدكتوراة، وتفتقد هذه المناهج وجود فلسفة عامة تحدد أولوياتها على المستوى القومي. كما تقتصر المكتبة العربية إلى الدراسات الميدانية أو المؤلفة عن الإعلام العربي كمًا وكيفًا، وحتى المؤلف أو المترجم لا يتسم بالأصالة والارتباط بقضايا الإعلام العربي المعاصر.^(٣)

(٢) مسئولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ١٤.

وتصيف الدكتور «عواطف عبد الرحمن» بهذا أحرر للمسببة الإعلامية يتمثل في ندرة أو انعدام الباحثين الإعلاميين المتخصصين في دول العالم الثالث، وتشير إلى أن العدد القليل منهم المتوافر الآن تلقى تعليمه وتدريبه في الخارج، وعلى أيدي أساتذة يتمون أكاديميًا وفكريًا للمدارس الأجنبية وخاصة الغربية. ولا يتحد هؤلاء الباحثون مواقف نقدية من مناهج البحوث التي تخرج خارج بلادهم وداخلها، ولا شك أن الناقد أو المتابع الحصيف لتدفق إعلام اليوم - على امتداد الوطن العربي، سيتنبأ أنه يتسم بكل أسف - بالسطحية والصحالة ولا يبعد إلى عمق الفكرة وذلك فيما يتعلق بمواده التي ينتجها، أما المواد المستوردة سواء أكانت أخبارًا أم ترفيهًا أم مواد تثقيفية فإنه يقلها كما هي دون محاولة لتثقيتها، وتقييم ما يتوافق معها مع بيئتنا وقيمنا وعاداتنا، وبالطبع لا يمكن أن نطلق القول على العموم هناك محاولات جيدة ومتميزة لتقديم مصامين إعلامية محلية، ولكنها صئيلة وقليلة فأمامها معوقات كثيرة تحول دون غرائها واستمراريتها، وفي هذا المحنى يمكن للدول أو الأجهزة المسئولة عن الإعلانية أو تلك المسئولة عن التربية أن تتدخل لحماية المجتمع من لأثر الضارة لنموذ الإعلامية التي بثتها الأجهزة العالمية وتعيد الوسائل المحلية بثها كما هي كما يمكن لهذه الأجهزة أن تحدد لوسائل الإعلام المحلية نسبة عالية من الإنتاج المحلي الدائم المضمون والروح، لأن المحاذير - في الأساس - لا تكمن في المواد الإعلامية العربية نفسها، وإنما تكمن في العقول العربية التي استحوذت عليها الثقافة العربية بأطرها ومصاميتها، وأسرها المسبب الإعلامي الغربي، وجرأته، وحصوره المباشر في ميادين الأحداث والوقائع العالمية.

إن واقع إعلامنا الحالي يكشف لنا أننا مارلنا أسرى لتقنيات الاتصال الغربي، وأن حالة الانبهار شلت قدرتنا على الفعل والإبداع، وليس عربيًا بعد ذلك أن ننقل المدارس الإعلامية الغربية في جميع مجالات التحرير والإخراج والتصميم

الإعلامي كما هي في كل - مثلاً - وحتى على المستوى الأكاديمي والبحثي فقد نقلنا تجاربهم وفكرهم، والأعمال التي ترجمناها جاءت ترجمتها حرفية، وتُفسّر تجارب وظواهر عالمية لا علاقة لها بواقعنا، ولا بفلسفتنا الاجتماعية والثقافية، ويُشددّ ناقدون على أن الدراسات الإعلامية في الجامعات - منهجاً وطرائق تدريس - لا تخرج عن عباءة ماسح وطرق التدريس الغربية، بل وجميع المراجع إمّا عربية، وإمّا ترجمات لأعمال عربية، وإمّا مستنبطة دون تصرّف، وينسحب الاتهام على الأكاديميين وأساتذة الجامعات، بأن مساهماتهم ضعيفة جداً، ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن تساعد في تأصيل الإعلام وتأكيد هويته.^(١)

هيمنة الإعلام الغربي على الشارع العربي

إذا سألت أي مواطن عربي عشوائياً، عن أقوى الإذاعات، أو أية إذاعة يُفضل الاستماع إليها لرتبها على الفور كما يلي: هيئة الإذاعة البريطانية، صوت أمريكا، مونت كارلو، الإذاعة الكندية، أمّا إذا سُئل عن المحطات التليفزيونية فستنحصر إجابته في المحطات الأمريكية وفي مقدمتها CNN و«فوكس» وغيرهما، وبالطبع فإن المستمع أو المشاهد العربي يبرر اهتمامه بالإذاعات العالمية من راديو وتليفزيون بأنها أكثر مصداقية، وهي دائماً في قلب مواقع الأحداث بمراسليها وعدساتها وأحرة اتصالاتها، وشها للأساء والمعلومات بصورة فورية وسريعة، بحرب الخليج الثانية أوضح مثال على ذلك، ويؤكد الكاتب «فايق فهم» في كتابه «إعلام، المعاصر» أن هذا التدفق ذا الاتجاه الواحد يشكل خطورة كبيرة على هويتنا وفيما إذ من المعلوم بقاء أن أطباق الاتصال التي انتشرت في مجتمعاتنا اليوم، وهي قطاع واسع - على اختلاف الشرائح والطبقات - تستطيع استقبال كافة ما ترسله الأقمار الاصطناعية في العالم، ممّا سيحوّل كل بيت إلى مصب للعد الاتصال، وبالتالي نتحقق العالمية العسكرية بكل مخاطرها، وتهلك القيم المحلية،

(١) مثولية إعلام في - تيب الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ١٥، ١٦.

ويستهي دور الرقابة البساء. وستساعد وسائل الاتصال على بث معلومات لم يسبق لها مثيل من حيث الكم، وسيفضي أكثر من ثلث البشرية ما يقرب من ربع ساعات يقطنهم في حالة أشبه بالتنويم المغناطيسي أمام إحدى وسائل الاتصال التي تمطرهم ببرامع متوسطة المستوى.

مظاهر الهيمنة^(٥)

١ - اختلال كمي صارخ بين الشمال والجنوب.

لقد بشأ هذا الاختلال في التفاوت بين حجم الأنباء والمعلومات الصادرة عن العالم المتقدم، والموجهة إلى البلاد النامية، وحجم التدفق في الاتجاه العكسي، ويصدر ما يقرب من ٨٠٪ من تدفق الأنباء العالمية عن الوكالات غير الوطنية، غير أن هذه الوكالات لا تركز لأباء البلاد النامية إلا بنسبة بين ٢٠٪ و ٣٠٪ من تعطيتها الإعلامية، على الرغم من أن البلاد النامية تشكل ما يقرب من ثلاثة أرباع البشرية. وينجم عن هذا احتكار واقعي حقيقي من جانب البلدان المتقدمة.

٢ - عدم المساواة في موارد المعلومات:

. تحتكر خمس من الوكالات غير الوطنية الكبرى فيما بينها نصيب الأسد من الموارد المادية والطاقات البشرية^(٦)، في حين أن ثلث البلدان النامية تقريباً ليس لها حتى الآن وكالة وطنية واحدة.

ويوجد لذلك عدم مساواة في توزيع طيف الذبذبات الإذاعية بين البلاد المتقدمة والبلاد النامية. فالأولى تسيطر على حوالي ٩٠٪ من أصل الطيف، بينما لا تمتلك البلدان النامية الوسائل التي نحميها من الإذاعات الأجنبية وكثيراً ما

(٥) نحو إعلام دولي جديد، مرجع سابق، ص ٥٦ - ٦٠ (بصرف).

(٦) تلك أكبر خمس وكالات دول أكثر من ٥٠٠ مكتب وتوظيف ٤٣٦٩ مراسلاً بالخارج في ١١٦ بلداً وتصدر كل منها يومياً ما بين ١٢ و ١٧ مليون كلمة في المتوسط حسب إحصائيات عام ١٩٨٧ م من القرن المنصرم

يصعب عليها أن تنافسها لاسيما أن بعض هذه الإداعات ترسل من محطات واقعه داخل بلاد نامية، وفيما يتعلق بالتليفزيون فلا يقتصر الأمر على أن ٤٥٪ من البلدان النامية لا تملك تليفزيوناً خاصاً بها إن هذا التفاوت يريد من حدثه أن هذه البلاد يداع فيها عدد كبير من البرامج المتبعة في البلدان المتقدمة.

٣ - هيمنة فعلية ورغبة في السيطرة.

وتتضح مثل هذه الهيمنة والسيطرة في عدم الاهتمام الملحوظ لدى وسائل الإعلام في البلدان المتقدمة، ولاسيما في العرب، بمشكلات البلدان النامية واهتماماتها وتطلعاتها فهي تقوم على القوة المالية والصناعية والثقافية والتكنولوجية، وينجم عن ذلك اعتبار معظم البلاد النامية مجرد بلاد مستهلكة للمعلومات التي تناع فيها أية سلعة أخرى. وتمارس هذه الهيمنة وتلك السيطرة في المقام الأول عن طريق التحكم في تدفق المعلومات الذي تختاره وتمارسه الوكالات غير الوطنية العاملة دون عائق في معظم البلدان النامية، والذي يقوم بدوره على التحكم في التكنولوجيا، كما يتمثل ذلك في التوابع الصناعية لشبكات الإعلام التي تسيطر عليها كلياً الاحتكارات الدولية الكبرى

٤ - نقص في المعلومات عن البلدان النامية.

نتقل الأحداث الجارية في البلاد النامية إلى العالم عن طريق وسائل الإعلام غير الوطنية، وهذه البلاد في الوقت ذاته «تحتاط علمياً» باستمرار، بما يجري في الخارج عن طريق نفس القنوات، وتعرض وسائل الإعلام غير الوطنية طريققتها الخاصة في رؤية العالم على البلدان النامية بأن ترسل إلى البلدان النامية فقط الأنباء التي عالجتها، أي الأنباء التي وضعتها وقطعت أوصالها وشوحتها. ونتيجة لذلك تعلم أحياناً مجتمعات متقاربة جغرافياً بعضها عن بعض عن طريق هذه الشبكات غير الوطنية فقط. وفصلاً عن ذلك كثيراً ما تسعى تلك الشبكات إلى إظهار هذه المجتمعات عندما تهتم بها فعلاً، في صورة مجسمة إلى أقصى حد، بأن

تُركز على الأزمات والاضطرابات والتظاهرات والانقلابات العسكرية.. إلخ، أو حتى تعرضها للسخرية. وإذا حدث وأظهرت صحافة البلاد المتقدمة مشكلات العالم الثالث وإنجازاته وتطلعاته بصورة موضوعية فإنما يكون ذلك في شكل ملاحق أو أعداد خاصة تتقاضى مقابلها مبالغ باهظة كإعلانات.

٥ - بقاء الحقبة الاستعمارية:

إن نظام الإعلام الراهن يعمل على بقاء نوع من الاستعمار السياسي والاقتصادي والثقافي، ينعكس في التفسير المُعرض غالبًا للأبناء المتعلقة بالبلدان النامية. ويتجلى ذلك في إلقاء الضوء على أحداث تكون أهميتها محدودة أو حتى معدومة في بعض الأحوال، وفي تجميع وقائع متفرقة وإبرازها على أنها «كل»، وفي إبراز الوقائع بصورة تجعل الاستنتاج الذي يستخلص منها موائيًا بالضرورة لمصالح الشبكة غير الوطنية، وفي تضخيم أحداث صيقة الطاق بغية إثارة مخاوف لا مبرر لها، وفي السكوت عن أوضاع غير مواتية لمصالح البلاد الأصلية لهذه الوسائل الإعلامية. وبهذه الطريقة لا تغطي أحداث العالم إلا بالقدر الذي يناسب مصالح مجتمعات مُعيّنة، وكذلك تشوه المعلومات استنادًا إلى القيم الأخلاقية والثقافية والسياسية الخاصة بدول مُعيّنة تحديدًا لقيم الأمم الأخرى واهتماماتها، وتقوم معايير الاختيار بوعي أو بدون وعي على أساس المصالح السياسية والاقتصادية للشبكة غير الوطنية والبلدان التي تترسخ فيها هذه الشبكة. ويسبب أيضًا التركيز على استخدام التسميات المشكوكة والمعوت والتعاريف المفرغة التي يتم اختيارها بقصد التحقير.

٦ - رسائل لا تناسب المناطق التي تشر فيها:

حتى الأبناء المهمة قد تتجاهلها وسائل الإعلام الكبرى عمدًا معصلةً معلومات أخرى تهم فقط الرأي العام في البلد الذي تنتمي إليه الوسائل المعنية وترسل هذه الأبناء إلى البلدان المتعاملة معها. والواقع أنها تفرض عمليًا عليها على

رغم من أن قراء ومستمعي هذه البلدان لا يهتمون بها. ولا تأخذ وسائل الإعلام الجماهيرية الكبرى والعاملون بها في الحسبان الأهمية الموضوعية الحقيقية لرسائلها الإعلامية.

وتعطينها للأنباء مصممة لتلبية الحاجات الوطنية لبلدانها الأصلية، وهي تعمل أيضًا تأثير أبحاثها فيما وراء حدودها الخاصة. وهي تتجاهل حتى الأقليات المهمة والجماليات الأجنبية التي تعيش في أراضيها الوطنية والتي تختلف احتياجاتها فيما يتعلق بالمعلومات عن احتياجات أهل تلك البلدان

وعليه لا يمكن إغماص الأعين عن أن نظام الإعلام الراهن، القائم كما هو اليوم على تركيز شبه احتكاري للقوى في مجال الاتصال في أيدي قلة من الأمم المتقدمة يعجز عن تلبية تطلعات المجتمع الدولي الذي يُعاني من حاجة ماسة وملحة إلى نظام يستطيع حفز حوار أفضل، حوار يجري بروح الاحترام المتبادل والكرامة.

الفصل الثانى

تفشى النزعة المادية فى اقتصاديات

الوسيلة الإعلامية

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر الميلادي، في المجتمع الأمريكي على أنها رد فعل لنظرية الحرية التي كانت سائدة آنذاك، ودعا أنصار هذه النظرية إلى إعادة صياغة المبادئ والأسس التي قامت عليها نظرية الحرية، حتى تواكب المتغيرات الاجتماعية والتفنية، وتضمن المحافظة على ما تبقى من أعراف المجتمعات الغربية وقيمتها

وكانت من مبادئ هذه النظرية أن يقوم الإعلام بتزويد الناس بالمعلومات شريطة التزامه بمسؤولية أن تكون هذه المعلومات صحيحة وصادقة وممثلة لوجهات النظر المختلفة بصورة عادلة، وإتاحة الفرصة كاملة للمواطنين للاطلاع على كل المعلومات اللازمة، وبشر أهداف المجتمع وقيمه وتوصيحتها، أي اعتبار الإعلام أداة تعليمية ووسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية، وأكثر من هذا فإن إضراح قيم المجتمع وأهدافه يجب أن يتسم بالموضوعية لا أن يغلف بهالة وردية مزيفة.^(١)

وبدل الباحثون في مجال الإعلام جهودًا كبيرة من أجل تثبيتها وإرساء دعائمها في المجتمعات الغربية، ومارس المسئولون نشاطًا ملحوظًا في محاولة الأحاد بها، والتشريع لها من خلال إصدار القوانين التي تضمن حماية حرية الرأي للأفراد والجماعات والإعلاميين وقادة الفكر، ووضع السياسات والحفظ المحكمة لترشد العمل الإعلامي في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية ببحوث الرأي العام التي تساعد على معرفة اتجاهات الجماهير.^(٢) والوقوف على حاجاتها وتلبية مطالبها والمحافظة على قيمها، وضرورة الحصول على ترخيص بمزاولة العمل الإعلامي في مجال الإذاعة والتليفزيون بشكل خاص، حتى يتعرف الإعلاميون على شروط وأخلاقيات المهنة.

(١) عصام سليمان موسى المدخني في الاتصال الجماهيري، القاهرة ١٩٨٦م، ص ٨٣

(٢) محمود كرم سليمان النحيف: الإعلام في مصر الإسلام، ط ١، دار الفقه للطباعة والنشر،

١٩٧٩، ص ٢٦، ٢٧

والسؤال الذى يطرح نفسه الآن: إلى أى مدى استطع أن نقول إن هذه المبادئ الرائعة مطبقة فى البلدان التى ظهرت فيها هذه النظرية؟

يجاب بـ «بشئ» من الاستغاضة على هذا السؤال الدكتور «محمد بن سعود البشر» بقوله: إن المنابع للدراسات الإعلامية العربية ونتائج البحوث والدراسات التى يعدها المتخصصون فى حقل الإعلام يلحظ بوضوحاً شاسعاً بين الأسس الفكرية والمنطلقات الاجتماعية التى قامت عليها هذه النظرية وبين التطبيق العملى لها

أو بعبارة أخرى بين أدبيات هذه النظرية ومدى فهم القائمين على الوسائل الإعلامية والمشتغلين بالإعلام لمعنى هذه النظرية، ودلالات مضامينها، ومحاولة الأخذ بها

هناك بالطبع معوقات حالت دون تطبيق هذه النظرية على الوجه الذى أراده لها منظروها والمهتمون بها، وهذه المعوقات هى:

١ - النزعة الربحية فى اقتصاديات الوسيلة الإعلامية.

٢ - سيطرة جماعة المصنف والمصالح.

٣ - الاهتمام بالوظيفة الترفيهية وسوء استحداثها.

إن النزعة الربحية فى اقتصاديات الوسيلة الإعلامية تنصدر هذه المعوقات الثلاثة التى حالت دون تطبيق مبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية فى الإعلام فى المجتمعات الغربية بخاصة، ذلك أن رفض رجال الأعمال والصحافة لنظرية المسئولية الاجتماعية التى نادى بها بعض الاقتصاديين والإعلاميين الحريصين على بنية المجتمع وتماسكه، والحفاظ على ما تبقى من قيمه وأخلاقه اتخذ شكلاً جديداً عزز من ثبات «جبهة الرفض» وصمودها أمام أنصار نظرية المسئولية الاجتماعية، وذلك عندما تطورت تقنية وسائل الاتصال وأصبحت مجالاً رحباً ونافحاً للربح والاستثمار، واتجه إليها رجال الأعمال الذين لا يفقهون شيئاً فى تخصص الإعلام ولا فى أخلاقيات المهنة، وحولوها إلى شركات استثمار صحيحة يهمها فى المقام الأول أن تفوز بأكبر عدد من المساهمين فى ملكيتها وإدارتها

وتشغيلها، وأن تصمم لهؤلاء المساهمين قدرًا معينًا من الأرباح من خلال تركيزها على الوظيفة الترفيهية على حساب وظائف أخرى^(١)

لذا، فإن الأفكار والمبادئ التي جاءت بها نظرية المسؤولية الاجتماعية - وقبل ذلك السلوك الأخلاقي المعقول - لا يظهر في أهداف المنشآت الإعلامية الكبرى فضلاً عن الصغرى، بل حاولت هذه الشركات أن تصنع مقياس الربح هو المعيار الأساس لنجاحها في السوق.

شركة «تريبون» Tribune Company التي استثمرت بليون دولار أمريكي في بناء سلسلة محطات ثلث المرئي ومبشرات إذاعية وصحافية مثل صحيفة شيكاغو تريبون Chicago - Tribune وهي إحدى أكبر الصحف اليومية الأمريكية، تقول في تقريرها السنوي الذي أرسلته إلى المستثمرين في الثالث من فبراير عام ١٩٨٦م من القرن العشرين نحن نقيس النجاح بقدرتنا على جذب الجماهير من خلال الأخبار والترفيه، وتحقيق عوائد ربحية للمعلنين.. إن شركة تريبون قد سارت بحسبنا بوجهة من أجل تحقيق هذه الأهداف في السنوات القادمة.^(٢)

أما ثابت ريدر Knight Ridder الذي يملك سلسلة محطات تليفزيونية وصحفا مرموقة في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد حدد الأهداف التي تسعى شركته لتحقيقها في الآتي: إن الأهداف الأساسية للشركة تتمثل في العمل المنظم من أجل تحقيق نمو الأرباح وزيادتها، والمحافظة على الطابع المهني المتخصص في العمل الإعلامي من أجل توفير فرص لموظفي الشركة، ليعيشوا حياة ناعمة ومريحة، والعمل الثابت والمستمر من أجل زيادة أموال المساهمين في الشركة.^(٣)

(٢) محمد بن مسعود البشر النعمة المادية وأثرها في مصوون الوسيلة الإعلامية (المجتمع الأمريكي إنموذجاً، المجلة العربية، السعودية: ١٤١٧هـ العدد: ٢٢٨، ص ٩٠) (بتصرف).

(١) Fluk, Conrad c. Media Ethics In The News room An Beyond. New York: McGraw - Hill Company, 1988, P. 85.

(٥) طالع محمد بن مسعود البشر المسؤولية الاجتماعية في الإعلام النظرية وواقع التطبيق، ط١، الرياض: دار عالم الكتب، ١٤١٧هـ.

هذه السرعة المادية التي جعلت أصحاب رؤوس الأموال والمستثمرين يتجهون إلى توظيف وسائل الإعلام لتحقيق أهداف اقتصادية معينة على حساب أخلاقيات المهنة الإعلامية، جعلت المهتمين بالعمل الإعلامي يوظفون دراساتهم وبحوثهم المتخصصة في نقد هذا التوجه المادي وتعرية أهدافه للجماهير حتى تقف على حقيقته. ولذلك فلا عجب أن نقرأ نقدًا صريحًا لهذا التوجه من أمثال 'كلود جيب' Cloude Gean عندما قال: إن أهم ما يميز وسائل الإعلام الأمريكية من بين وسائل الإعلام العالمية هو ظاهرة السعي الحثيث للربح، وهذه الحقيقة يجب أن تكون واضحة وقد أثبتت الدراسات المسحية الحديثة التي أعدتها الأقسام المتخصصة بخدمة الجمهور في الشركات والمؤسسات الإعلامية أن القارئ والمستمع والمشاهد الأمريكي ليس راضيًا عما تقدمه له وسائل الإعلام. إن وسائل الإعلام تجنى أموالاً كثيرة على حساب نوعية الخدمة التي تقدمها للجمهور.^(١٤)

مثل هذا النقد العلني لتأثير السرعة المادية على مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام الأمريكية لم يكن مقصوراً على فئة المتخصصةين في مجال الإعلام فقط، بل جاء أيضاً من الجمهور على شكل شكاوى واقتراحات تُرسل إلى الجهات المتخصصة

وتؤكد لجنة الاتصال الفيدرالية F.C.C. في الولايات المتحدة الأمريكية أنها تستقبل سنوياً ما معدله مائة ألف (١٠٠,٠٠٠) شكوى من برامج التلفزيون، ومضمون هذه الشكاوى يتعلق بمبالغة شبكات التلفزيون في عرض مشاهد الجريمة والعنف من أجل أن تضمن لنفسها قطاعاً جماهيرياً كبيراً، يدفع المعلنين للإقبال على الشبكات التلفزيونية.^(١٥)

(١٤) Bertrand, Cloude. Gean- Media Ethic's Perspective In: Herbert, Eldon Ray & Reuss, (٦) Carol (Ed). Impact of Mass Media. New York: Longman, 1988, P. 37.

(١٥) السرعة المادية وأثرها في مضمون الرسالة الإعلامية، مرجع سابق، ص ٩١

الفصل الثالث

تسليية وترفيه مبالغ فيهما

خلال النصف الثاني من القرن العشرين حازت فنون الترفيه حرية ومساندة كبيرة، ومن ثم ازدهرت ونصجت نتيجة لذلك وأصبح المسرح والأوبرا والحفلات الموسيقية والألعاب الرياضية مؤسسات أساسية للمتعة والترفيه وقد كان الترفيه - وليس الهروب - هو المفهوم الذي قاد عمليات إنشاء الحدائق العامة، والملاعب الرياضية، والمسارح، وقاعات الحفلات وغيرها.

وفي البيوت كان الناس يستمتعون بالقراءة وألعاب التسلية المنزلية المعروفة، ثم ظهرت الصحف والمجلات فأضافت مصادر جديدة للمتعة وقضاء وقت الفراغ، إضافة إلى مصادر المتعة السابقة.

ومع التغير الكبير في الاختراعات التكنولوجية الخاصة بتسجيل الصوت ونقله، وكذلك تسجيل الصور ونقلها، تعبرت أشكال المتعة والترفيه التي سعى الناس من أجلها. لقد جعلت السينما مكانة المسرح تتراجع نسبياً مثلما جعل التليفزيون مكانة السينما والراديو تتراجع نسبياً أيضاً، كما جعلت عمليات الاستماع إلى الموسيقى في المنزل من خلال أجهزة التسجيل الصغيرة والكبيرة عمليات الذهاب إلى المحلات الموسيقية تتراجع نسبياً أيضاً رغم المروق الكبيرة بين الاستماع إلى الموسيقى بشكل حي مباشر والاستماع إليها عن طريق الأجهزة والوسائط التكنولوجية.^(١)

لقد حوّل الراديو والتليفزيون وأجهزة التسجيل - كما قال - «دولف زيلمان» D Zillman البيوت إلى قاعات حفلات، وصلات عرض سينمائية، وحلقات رياضية أيضاً، فلم يعد ضرورياً الذهاب إلى مكان الحدث، لأن الحدث يأتي في بيوتنا حيث نجلس ونتكلم في رقاد يشبه النوم. وقد كانت هذه العملية الخاصة بتقديم الترفيه في المنازل سريعة وشاملة، وقد أصبحت إليها بعد ذلك أجهزة الكمبيوتر المزودة باتصالات مع شبكات الإنترنت، والتي انتشرت في أماكن

(١) عصر الصورة، مرجع سابق، ص ٣٦٨، ٣٦٩.

كثيرة عبر العالم. وتكاثرت القنوات العصرية بشكل فطري أو سرطاني فأصبحت هناك قنوات جديدة تبث إرسالها كل يوم، وأصبح هذا التث يتم على مدار الأربع والعشرين ساعة، وأصبحت الإعلانات عاملاً أساسياً بارزاً في معظم هذه القنوات - إن لم يكن كلها - كما أصبحت قنوات الأخبار، التي يعدها بعضهم لعمليات السمعة والقبل والقال والشائعات القديمة، إلى مجال الترفيه هذا، فلقد أصبحت الأخبار أيضاً نوعاً من الترفيه والتسلية في كثير من أحوالها وطرائق تقديمها، فضلاً عن الأخبار الطريفة أيضاً التي تختتم بها مشرات الأخبار في كثير من القنوات الآن، حيث لم تعد الأخبار أخباراً أساسية فقط، بل هي أخبار السياسة والاقتصاد والأرباء ونجوم الرياضة والاختراعات والفنون والملابس العاديين أيضاً، بحيث أصبح من الصعب الفصل بين الأخبار والترفيه في معنى القنوات العصرية المحموم وتنافسها لجذب اهتمام المشاهدين وانتباههم، بل صدمتهم أيضاً. لقد أصبحت الأحداث البعيدة في متناول أصبح المشاهد أو المستهلك. ولم يعد هذا المستهلك يجلس في المقاعد الخلفية في المسرح، بل أمام خشبة أى شاشة التليفزيون مباشرة، حيث يقوم بالأداء أمامه أعظم ممثلى العالم ومطربيه ورياضيينه وباحثيه وطباخيه وسياسيينه وغيرهم، على هذه الشاشة البراقة الرامضة اللامعة.^(١)

لقد أثبت الترفيه أنه مكوّن أساسى في هذا العالم الجديد المحتشد بالسلع والخدمات المتاحة على الإنترنت وهو ترفيه معترج مع التجارة الإلكترونية والتعاملات المصرفية والتعليم والاتصال الهاتفي والأمن المنزلى وغيرها.^(٢)

وقد أصبح فنوع البرامج المقدمة كبيراً جداً، ففي حالة الدراما هناك الكوميديا، والتراجيديا، والرعب، والتشويق، والخيال العلمى، والفصص العاطفية الرومانسية وغيرها، ولم تعد القضية هي الاختيار، بل أصبح الاختيار هو المشكلة بسبب هذه الوفرة عبر الحسبوبة في القنوات والبرامج.

(١) Zillman, D. The Coming of Media Entertainment. 15 - 16 - London: Courcee Erlbaum. 2001. (٢)

(٢) عصر الصورة، مرجع سابق، ص ٤٢٤.

اقتصاد الترفيه:

منذ أن قدم «دييور» نظيره الحاصل حول مجتمع الاستعراض في ستينيات وسبعينيات القرن المنصرم اتسعت ثقافة الاستعراض وامتدت إلى جوانب من الحياة، ففى ثقافة الاستعراض أصبح من شروط المشروعات التجارية الناجحة أن تقوم بالتسلية والترفيه أيضاً، وكما قال هابكل وولف M.K. Wolf عام ١٩٩٩م فإنه فى اقتصاد الترفيه، يمتزج العمل بالتسلية، بحيث يصبح عامل الترفيه Factor Entertainment أحد الجوانب المهمة فى الأعمال التجارية. فمن خلال جعل الاقتصاد مسلياً ومرقها، أصبحت أشكال الترفيه كالتليفزيون والسينما وحدائق الملاهى وألعاب الفيديو وغيرها من القطاعات الرئيسة فى الاقتصاد القومى فى بعض الدول إلى درجة أنه فى الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً أصبح المال المستثمر فى صناعة الترفيه يصل الآن إلى نحو ٤٨٠ بليون دولار، كما أن المستهلكين ينفقون على التسلية والمرح أكثر مما ينفقونه على الملابس أو على الرعاية الصحية.^(٤)

الإسراف فى الترفيه:

نحطىء وسائل الإعلام حين تباعد بين الناس وبين روح الجد، وحين تحلط بين توصيل الفكاهة الراقية للناس وبين تعويدهم على التهرب. ويدكر فى هذا المجال التأثير السيء لبعض المسرحيات والأفلام والتمثيلات الهابطة المليئة بالتهريج والألفاظ النابية والحركات الخارجة التى تبث روح التهرب واللامبالاة بين الأطفال والشباب الذين سرعان ما يتأثرون أكثر من غيرهم بما تصممه من إسفاف فى الفكر والقول والفعل. ولعل ما شاهده بين صفوف بعض الناس فى الوقت الحاضر من روح التهرب وعدم الجدية، ولا نقول روح المرح، سببه والدافع إليه مثل هذه التمثيلات والمسرحيات العاصدة الهابطة.^(٥)

(٤) Kellner, D. Media Spectacle. London: Rutledge. 2003. P. 3.

(٥) الأسس النظرية والتطبيقية للصحة النفسية، مرجع سابق، ص ٢٥٧، ٢٥٨.

والكاتب «عبد التواب يوسف» يقول فى هذه الجزئية: إعلام الطفل مدخلنا إلى تعليمه وتربيته، ووسيلتنا إلى تثقيفه وتوجيهه، بل من الممكن أن يكون ذلك سبيلنا إلى تسليته والترفيه عنه.. وقد غفلت عن ذلك أجهزة الإعلام من صحافة وإذاعة وتليفزيون وبعدت بمسها عن مهمتها الأولى، وراحت تحاول أن تنهض بدور المعلم والعربي، وبذلت جهودها لتقوم بمهمة المثقف والموجه، وتمادت فى مجالى التسلية والترفيه، ولم تؤد واجبها الأساسى تجاه الطفل فى ميدان الإعلام.^(٦)

الترفيه.. هل يعنى السطحية؟

المواد الجادة فى وسائل الإعلام قليلة من جهة، وقد ركزت على برامج مُعبئة بالإذاعة والتليفزيون أو فى بعض المجلات التى يقل انتشارها.

وراقع الأمر فإن السطحية التى قد تتسم بها بعض المواد الإعلامية تجعلها خالية من الثقة فيما تقدمه، ذلك أن رجل الإعلام يعمد إلى التبسيط حتى يصنع لنفسه أكبر عدد من القراء أو أكبر عدد من المستمعين أو أكبر عدد من المشاهدين. ذلك أن القارئ أو المشاهد يُسارع إلى الإشاحة أو الابتعاد عما يجد فيه صعوبة على الفهم والاستيعاب على ما لا نغفى وسائل الإعلام فى نفس الوقت من تهمة تعويد الجمهور على السطحي الممتنع، وفى نفس الوقت تعويدهم على الإشاحة والنفور من العميق المفيد. ويمكن أن نقرر أن وسائل الإعلام تسير وفق المبدأ القائل من كل بستان زهرة، ومن كل شجرة ثمرة، فهى تقدم الكثير الألفى، ولا تحاول أن تقدم القليل الرأسى، فهى تشبه أن تكون كمن يصعب السائح فى طائرة ليصف له ما تمر الطائرة فوقه من معالم وأثار بعير الشوق عند أى منها للتدقيق وإمعان النظر والدراسة المتأنية.

(٦) عبد التواب يوسف - أصول من ثقافة الطفل، القاهرة. الهيئة العامة لقصور الثقافة، ١٩٩٦م، مكتبة الشباب،

ولا غرو فإن الإمتاع والتسلية والترفيه هي الأهداف التي يصنعها الإعلامى نصب عييه ويحرص على ألا تغيب عنه، والأفاته يُتهم بالمثل فيما يعمد إلى تقديمه من مواد، ولكأن الإعلامى لا يرغب فى تحميل القارئ أو المستمع أو المشاهد مشقة بذل الجهد الذهنى، بل هو يرغب فى تركيز دمه فى تسلية تتواكب مع مواده التى يقدمها مكتوبة أو مسموعة أو مشاهدة.

ومن الواجب على وسائل الإعلام أن تقترب بالعمق والجدية اللذين تلتزم بهما المدارس والجامعات، كما أن من الواجب على المدارس والجامعات أن تقترب من منهج وسائل الإعلام فى مد الباشئة بالمعلومات العامة وأن تصوغ كتبها وطرق تدريسها فى صياغة مسئلية وجذابة، ولكن مشرط فى الحالين عدم فقدان وسائل الإعلام للجاذبية، وعدم فقدان معاهد التعليم للعمق والجدية. ويتعبر آخر يجب تحقيق التكامل فيما بين الإعلام والتعليم، وأن يمد كل من الطرفين من الوسائل التى بتذرُع بها الطرف الآخر.^{٢٣}

(٧) يوسف ميخائيل أسعد: الثقافة ومستقبل الشباب، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١م، ص ١٢٢، ١٢٣ (ينصرف).

الباب السابع

الإعلام والتربية

الفصل الأول

التربية .. مسيرتها التاريخية

ماهيتها .. أهميتها

تمهيد:

بادئ ذي بدء نؤكد بأن التربية Education لا تنشأ من فراغ، فالتربية عملية اجتماعية، وهي بطبيعة الحال تختلف من مجتمع لآخر، حسب طبيعة هذا المجتمع، ومقوماته الثقافية، وقيمه الروحية والأخلاقية، وفلسفته القائمة، وهذا يعنى أن عملية التربية تشق أهدافها، وتصوغ غاياتها، وتحقق مبادئها وأسسها طبقاً لأهداف هذا المجتمع

وإذا كنا نأخذ فى الاعتبار أن التربية تعنى «التسمية»، فمعنى هذا أن التربية لا تمارس فى فراغ، بل بالأحرى تطبق على حقائق، تتجلى فى عنصرين مهمين: (١)

• **العنصر الأول** أن التربية تبدأ مع بداية حياة الإنسان، فالطفل يولد وهو عاجز تماماً عن التوافق أو التكيف مع البيئة، لذلك يظل فترة طويلة بحاجة إلى عناية مستمرة به، من قبل البالغين لاستمرار بقائه، كما أنه - ومع اضطراب النمو - مضطر إلى أن ينمى وسائل تعبيره بدرجة تتناسب مع شدة احتياجاته، وتستمر هذه العلاقة مع الكبار البالغين الذين يمثلون المجتمع من حوله، طوال حياته، وهذا يعنى أن هناك احتكاكاً وتفاعلاً يؤديان إلى تعديل السلوك على نحو من الأنحاء، وهذا التعديل هو ما يطلق عليه لفظة «تربية»

• **العنصر الثانى:** التربية لا بد أن تتواجد فى مجتمع مُعَيَّن، هذا المجتمع تحكمه مجموعة من القيم والقواعد والقوانين والمعايير والعادات والتقاليد والأعراف، وهذه تُعتبر جزءاً من ثقافة هذا المجتمع، وهنا يتجلى دور التربية حين تزود أفراد هذا المجتمع - تبعاً لأعمارهم وقدراتهم وميولهم ومستويات فهمهم - بالمواقف التى تسمى عقلياتهم الابتكارية، ومن ثم تمكنهم من اكتشاف آفاق جديدة تنهض بواقعهم، إذ إنه من طبيعة الإنسان العمل والتجريب، لينخرج بأفكار ومعايير واقتراحات جديدة تفيد مجتمعه الذى يعيش فيه.

(١) المدرسة والمجتمع - والتوافق النفسى للطفل، مرجع سابق، ص ١١، ١٢

التربية.. نظرة تاريخية،

مرّت التربية بعدة مسارات تاريخية من أهمها. المثالية، الرومانتيكية، العلمية الواقعية، البراجماتية، وأخيراً علم اجتماع التربية الحديثة من أجل بلورة فلسفة تربوية لعصر المعلومات لم تتضح معالمها بعد.

سوف نعرض لهذه المسارات التاريخية على الصفحات التالية:

١ - المثالية:

حيث أرسى «أفلاطون»^(١) في جمهوريته أو مدينته الفاضلة العاية القصوى من تربيته المثالية ألا وهي خلق صفوة من: الساسة والعلماء والرياضيين والقادة العسكريين، تكون قادرة على تغيير المجتمع وإعادة بنائه. ولقد أوضح «أفلاطون» كيفية الوصول إلى غايته التربوية والتي تتلخص في إكساب العقل مرونة عقلانية يواجه بها الواقع والعقل في مثالية «أفلاطون» هو ما يتعلمه: فهو يسمو فوق التقليدي والمعهود.^(٢)

وقد جعل «أفلاطون» من أكاديميته منتدى للحوار وإشاعة التفكير النقدي، وتأكيد الروح الديمقراطية، وفي الوقت ذاته جعل الأكاديمية معسكراً للتربية العسكرية والإدارة المدنية.

(٢) ولد أفلاطون Plato في أثينا عام ٤٢٧ ق.م. ونفس شبهه من بيئة أرسقراطية، ويقال انه تسمى باسم أفلاطون بسبب اتساع صدره لأنه كان يمارس الألعاب الرياضية. مكث على قراءة الأدب فكان مدخلاً جيئاً للفلسفة، فلقد قرأ شعراء اليونان وعلى رأسهم هوميروس. كان أفلاطون أكثر حظاً من معظم الفلاسفة القدماء الذين سبقوه، ذلك أن معظم ما قام بكتابه عقل موجوداً، خلافاً لمؤلفات «فطاليس» و«هرقليطس» و«ديوجنيس» الذين سيظهر من كتابات أفلاطون التي قصى في تأليفها حوالي خمسين عاماً، أنها تتباين من حيث الصياغة والمضمون. توفي أفلاطون في عام ٣٤٧ ق.م (طلع يوسف ميخائيل أحمد) فاده الفكر العليسي، القاهرة: المؤسسة العربية الحديثة، دمجته من ١٧٢ - ٢٠٨.

(٢) Egan, Kieran, The Educated Mind - How Cognitive Tools Shape our Understanding The university of Chicago Press, The United States of America. 1997. P. 14.

أما عن أسلوب التربية فقد ساد طابع التوجيه وتنشئة الطفل العليا مثل .
الصدق، الحبر، الحق، الجمال.. إلخ، إذا التعليم في تربية «أفلاطون» المثالية
مرادف للفضيلة.^(١)

٢ - الرومانتيكية.

أودع «جان جاك روسو»^(٢) خلاصة فلسفته التربوية في كتابه الشهير «إميل»،
معلنا فيه مسخطة على تربية عصره مما أثار حفيظة الكثيرين من أولى الأمر فأمروا
بحرق الكتاب في باريس وجنيف.

وأهم ملامح هذه الرومانتيكية:

- ١ - العقل ينمو كالجسد، بغض النظر عما يتعذى عليه.
 - ٢ - مراحل عمر الطفل في تربية روسو هي التي تُحدد نوعية المعرفة التي يتلقاها.
 - ٣ - غاية تربية روسو الرومانتيكية هي بناء الإنسان أساساً.
- لقد أكدت التربية الرومانتيكية أنه لا صلاح للمجتمع إلا بصلاح التربية في
هذا المجتمع، فدروسو يقول: «كونوا أناساً أولاً، حتى تكونوا مواطنين من جديد،
حتى تكونوا دولة من جديد».^(٣)

(١) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٩٩.

(٥) ولد جان جاك روسو Jean Jacques Rousseau في عام ١٧١٢م بجنيف، كان والده فقيراً، أمه والدة وقد
تربيت وهو بعد في طفولته المبكرة. التحق في صغر شبابه بخدمة سيده تدمي مدام «دي فرميلي» والتي
توفيت بعد التحاقه بخدمتها بثلاثة أشهر، وبعد ثمان سنوات التحق في صغره ب«سيده يستر» له شيئاً من
الاستقلال فتعلم الموسيقى واللغة اللاتينية، ثم سافر إلى الهندية فقد كان كاتباً لسفير فرنسا هناك، ثم عاد إلى
باريس وهو في الثالثة والأربعين من عمره وأحد يتردد على الفلاسفة وخاصة «دنيروز» ألف «العقد الفريد»
و«إميل» الذي أثار ضجة حولها، طردته السلطات الفرنسية فتوجه إلى سويسرا التي أنكرته أيضاً، فلجأ إلى
إنجلترا بصحبة الفيلسوف «هيرم» وتوفي روسو في عام ١٧٧٨م (طالع قائد الفكر العربي، مرجع سابق،
ص ٢٨٣ - ٢٨٦)

(٦) عبد الله عبد الدايم نحو فلسفة تربية عربية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩١م، ص ٢٣

لقد اعترضت تربية «روسو» على التركيز الرائد على الكتاب (الذى يمثل تكنولوجيا التعليم فى عصره) على حساب الاهتمامات بغابات التربية الأساسية كذلك ضرورة تعامل التربية مع الواقع مباشرة، وأهمية التعليم دائياً من خلال التفاعل مع هذا الواقع مع الاهتمام بمرحلة الطفولة.^(٧)

٣ - العلمية الواقعية.

فى كتاب «الأورجانون الجديد» أكد «فرنسيس بيكون»^(٨) دعوته إلى تربية واقعية جديدة - تختلف (جوهرياً) عن مثالية «أفلاطون» ورومانتيكية «روسو» - دراسة لا تقوم على دراسة الأدب الكلاسيكى، بل على الإيمان بقدرة العلم وواقعية التجريب، على أساس أن الطبيعة كتاب مفتوح يمارس العقل فيها قدرته على كشف أسرارها، لكى يمكن تسخيرها من أجل تحقيق رفاهية الإنسان.^(٩)

والتربية الواقعية أولت اهتمامها لأبناء الطبقة المتوسطة تلبية لمطالب سوق العمل، وساد التربية طابع التعليم المباشر وإكساب المهارات، وتحولت المدارس إلى ما يشبه مصانع إنتاج ضخمة.

(٧) الثقافة العربية وعصر المعلومات. مرجع سابق، ص ٢٠٠، ٢٠١.

(٨) ولد «فرنسيس بيكون» Francis Bacon فى عام ١٥٦١م، وهو يعتبر مؤسس المذهب الاستقرائى الحديث، والرائد فى التنظيم المنطقى للعملية العلمية دخل فيكون البرلمان فى الثلاث والعشرين من عمره، ثم صار الوزير الأول فى عام ١٦١٨م، ولكن انهم مجلس النواب بالرشوة واختلاس مال الدولة، معكم عليه مجلس اللوردات بغرامة مالية كبيرة، وبحرمانه من ولاية الوظائف العامة ومن عضوية البرلمان. أبرز «بيكون» أهم الأخطار التى تصير بالتقدم العلمى وهى ما أطلق عليها الأصنام، وهى أربعة أنواع

١ - ألوهام النبيلة، الناشئة من طبيعة الإنسان.

٢ - ألوهام الكهنة؛ وهى ناشئة من الطبيعة الفردية لكل منا.

٣ - ألوهام السوق؛ وهى ناشئة من الأكليل.

٤ - ألوهام المسرح. وهى الناشئة عما تتخذه النظريات المتولدة من مقام ونفوذ

وقد تولى «بيكون» فى عام ١٦٢٦م. (طالع: قادة الفكر الفلسفى، ص ٢٥٢ - ٢٥٦).

(٩) محمد مير مرسى - تاريخ فترية فى الشرق والغرب القاهرة - عالم الكتب، ١٩٩٢م، ص ٣٨٣.

هي هذا المزيج النظري التطبيقي القائم على رباحية الواقعة والتمعية والعلمية والمادية، وتربية البراجماتية هي للنمط التربوي الذي أقره المجتمع الأمريكي وتقدمه التكنولوجيا. لقد اعترض «جون ديوي»^(١٠) فيلسوف هذه التربية على انزال التربية من المجتمع، لذا جعل غاية التربية هي تأهيل الفرد كي يتكيف بسرعة لتلبية لمطالب مجتمعه، وتجاوزاً مع تغير بيئته الاجتماعية وبيئة عمله، وذلك بعمل الحراك الاجتماعي والتنقل ما بين أماكن العمل.^(١١)

ونقرب براجماتية «ديوي» من فكر «هربرت سبنسر»^(١٢) الذي يُبَادِي بتربية الفضال والسعي من أجل الحياة، وبأن قيمة التربية يسفى أن تُقاس من منظور الحاجات البيولوجية والاجتماعية للفرد، في صراعه من أجل الحياة.

وشعار التربية البراجماتية هو (نعلم بأن تعمل)، وهكذا تحولت المدرسة إلى مؤسسة اجتماعية لتلبية مطالب سوق العمل، واكتسبت التربية الطابع النفعي الخالص، فلا بد للتعليم أن يكون له قيمته المورية، والمعرفة لا تُطلب لذاتها بل كأداة للعمل المنتج.

(١٠) ولد جون ديوي John Dewey في عام ١٨٥٩م في هيوستن بولاية إنديانا. يُعتبر أعظم الفلاسفة الأمريكيين إنتاجاً وتأثيراً في عام ١٨٨٢م بدأ نشر فلسفته، وفي عام ١٨٨٩م نشر عمله «علم الناس التطبيقي». وبدأ البداية بصفة مستمرة ظل «ديوي» مهتماً بمطالبة العلاقة بين النظرية والتطبيق ثم نشر كتابه الشهير «الأخلاق» في عام ١٩٠٨م، وكتابه «كيف نفكر» وفي عام ١٩١٦م نشر مؤلفه «الديمقراطية والتربية» و«مقالات في المنطق التجريبي». و«ديوي» يرفض جميع أشكال التنقية التي تنحى إلى تقسيم الأشكال أو بشرتها. وقد توفي «ديوي» في عام ١٩٥٢م. (طالع قادة الفكر الفلسفي، مرجع سابق، ص ٣١١، ٣١٥)

(١١) الثقافة العربية وحصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٠١، ٣٠٢

(١٢) ولد هربرت سبنسر Herbert Spencer في عام ١٨٢٠م بإنجلترا، له كتاب «بادئ علم النفس» عام ١٨٢٥م كان ضمن سلسلة كتب وصمها في الفلسفة يصنع منها نظرية شاملة أو فلسفة تركيبية، قوامها التجربة المعاشة للواقع النفسي، ويدّعي فيها إلى أن المعرفة المنحصلة هي مجموع العلوم الواقية، وكل ما يتجاوز إدراكنا ونطاق العلوم الواقية يؤلف مجال المجهول ونومى «سبنسر» في عام ١٩٠٣م. (طالع عبد المحسن الحفص - موسوعة أعلام علم النفس، القاهرة: مكتبة مدينتي، ١٩٩٣م، ص ١٨٦، ١٨٧).

أعطت المذاهب التربوية السابقة التربية في إطارها الاجتماعي الأشمل، كيف تتفاعل التربية مع القوى الاجتماعية الأخرى. يسعى علم اجتماع التربية الحديث إلى معرفة هذه العلاقة الخفية التي تربط التربية بمجتمعها، فهذا «التوسير» يرى التربية سلاحاً أيديولوجياً في يد السلطة لفرص السلوك المنضبط على مواطنيها أما «بودرو» فيؤكد أن التربية المعاصرة تُعيد توليد المجتمع وطبقته السائدة وهيكلية قواه المسيطرة لكي يظل العنق غنياً، والمفقر فقيراً ويركز «كارل يوج» على كيف يمكن للمعرفة التي تولدها التربية أن تكون مصدراً للقوة الاجتماعية.^(١٣)

ماهية التربية،

التربية هي في طبيعتها عملية نمو، ذلك أن المجتمع يمكنه أن يُحدد مصيره، وأن يقرر مستقبله من خلال اختيار نوع التربية التي يقدمها في المدارس.^(١٤)

ولما كان من المفروض أن يتولى هؤلاء الأطفال مقاليد أمور مجتمعهم عندما يكبرون، فإن طبيعة هذا المجتمع واتجاهاته وفلسفته وقيمه تتوقف إلى حد كبير على نوعية التوجيه والإرشاد الذي ينضج له هؤلاء الأطفال في أثناء نموهم وتطورهم.

وهذا النشاط الدينامي هو نشاط متصل الحلقات، يهدف بالطبع إلى نتائج يؤثر بعضها على البعض الآخر، وهي ما يطلق عليها عملية النمو Growth.

ويؤكد علم نفس الطفل الآن، أن النمو ليس شيئاً يُمنح للأطفال، أو يحدث لهم بمجرد ولادتهم، بل إنه يتم عن طريق سلسلة متصلة من النشاط الدينامي المستمر، يشمل كل أعضائهم الجسمية، وقدراتهم العقلية والاجتماعية.^(١٥)

(١٣) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٠٦، ٣٠٢.

(١٤) صلاح بيومي التشنة والشخصية الطفل بين الواقع والمستقبل، القاهرة: دار المعارف، ٢٠٠٢م، سلسلة قراء العدد: ٦٨٠، ص ١٢٩ (بصرف).

(١٥) للمرجع السابق، ص ١٣٠ (بصرف).

وقد يُفسَّر بعض الخبراء عملية التربية على أنها عملية اكتساب العادات أو المهارات أو الخبرات التي تؤدي إلى التكيف^(١٦)، أو الاندماج الصحيح بين الأفراد والبيئة، وهذا التكيف هو أساس النمو.

والتربية كمو تتضمن تحديد أنواع النمو المرغوب فيه، وأنواع النمو غير المرغوب فيه، أي الذي يمكن تجنبه.

ويؤكد كل من «جون ديوي» J. Dewey و «وليم كلباتريك» W. Kelpatrik، وهما من قادة التربية الحديثة أن الحياة عبارة عن نمو، وأن النمو والنضج هو الحياة، ومن ثم فإن العملية التربوية ليس لها هدف إلا النمو ذاته، كما أن النمو عبارة عن عملية إعادة تنظيم الخبرة، وإنشائها وإعادة تغييرها.^(١٧)

وفكرة أن التربية عملية نمو هي فكرة حديثة، وتقوم على الدراسات النفسية والاجتماعية التي تعتبر أن الطفل يولد وهو مزود بنشاط ذاتي، كما أنه متصل بالعالم الخارجي وبالمجتمع، وذلك من خلال أنه ولد في أسرة أو عائلة منظمة تنظيمًا معينًا، لكل فرد فيها مركز اجتماعي معين، وله دور اجتماعي، وهي التي تعتبرها خبرات منظمة بواسطة الثقافة والمجتمع، لكي يمر بها الأفراد، يبدأ مروا بها ومارسوها واكتسبوا المزيد منها فهذا هو الذي نطلق عليه «النمو»، أي أن الأفراد اكتسبوا نمواً، يتحمل في التربية أي في «التعليم» و«التعلم»، وفي تغيير شخصية الفرد - ربما - إلى ما هو أفضل.^(١٨)

(١٦) التكيف Adaptation هو عملية التحير وفقاً للظروف التي تحيط بالمرء، أو تبعاً لمتطلبات البيئة الطبيعية والاجتماعية والتكيف يشير إلى حدوث تغيير حضوي في شكل الجسم أو وظيفة من وظائفه بحيث يصبح قادراً على البقاء والاستمرار أما بالنسبة لسلوك الفرد فهو التمرُّ الذي يطرأ تبعاً لضرورات التفاعل الاجتماعي، واستجابة لحاجة المرء إلى الانسجام مع مجتمعه ومسايرة العادات والتقاليد الاجتماعية التي تسود هذا المجتمع (موسوعة علم النفس، مرجع سابق، ص ١٣٠) (يتصرف)

(١٧) الأنشطة والشخصية، مرجع سابق، ص ١٣٠ (يتصرف)

(١٨) طالع على محمد شلتوت. علم الاجتماع التربوي، القاهرة - مطبعة للشاعر، ١٩٦٩م، ص ٢٤١، ٢٤١

لذلك، يمكن القول إن النمو الصحيح يستمد اتجاهاته وأهدافه من نوع الحياة التي يرغب في تنظيمها، ومن ثم فإن معنى التربية ووظيفتها - باعتبارها عملية اجتماعية - لا يمكن تحديده أو ضبطه إلا في ضوء المجتمع الذي تسعى إلى تنظيمه وتحقيقه.^(١٩)

وعملية التربية تستند أيضًا إلى عملية التفاعل الاجتماعي شأنها في ذلك شأن عملية التشيئة، وإذا كانت التشيئة عملية شاملة، فإن التربية عملية خاصة بالتعليم والتعلم.

ومن جهة أخرى فإن تعلم صرب من ضروب الروح الاجتماعية كأن يُحیی المرء الناس، وكيف يفارقهم، وكيف يُبدى لو لا يُبدى اهتمامًا بتعبيرات وجوههم واحتياجاتهم الأخرى، يُعتبر مظهرًا محوريًا من مظاهر النضج الاجتماعي البشري. ولقد أوضح عالم النفس «دافيد بريماك» أن البشر تجمعهم سمة واحدة مميزة فيما يتعلق بهذا المطلب التعليمي، ويسمى هذه السمة «التربية»، ويرى أن التربية تنشأ من الإحساس بالذات والآخر. بيد أن لها طابعًا خاصًا: إذ أنها طائفة من القدرات التي يفضلها يرصد المرء الآخر، ويحكم عليه وفقًا لمعايير ما، ويتدخل ليضع سلوك المبتدئ في اتساق وتماثل مع ذلك المعيار.^(٢٠)

أهمية التربية:

التاريخ يشهد على أهمية التربية - بمفهومها الواسع - في صقع الإنسان، وبناء المجتمع، وقيمة الإنسان فهي حصاد معارفه.^(٢١)

وحصارة المجتمع - بدورها - هي المحصلة الجامعة لمعارف أبنائه التي وهبتها إياهم التربية، يؤكد ذلك الموقع البارز الذي تحتله التربية في دساتير

(١٩) التشيئة والشخصية، مرجع سابق، ص ١٢١ (بتصرف).

(٢٠) Premak, Pedagogy and Aesthetics as Sources of Culture. P. 18. (٢٠)

(٢١) محمد الشيبسي أصول التربية، القاهرة دار الفكر العربي، ٢٠٠٠م، ص ٤٦

الشعوب، وموائيق الثورات، وشعارات حركات الإصلاح الاجتماعي والديني، واستراتيجية التنمية.^(٣١)

ولم يكن الحديث عن أهمية التربية أخطر مما هو عليه الآن، خصوصاً وأن البشرية تدفع نحو مجتمع المعلومات تتازعها الآمال والمحاولات لذلك ستطل التربية دومًا منطلقًا لتحقيق الآمال أو «مخرجًا لإصلاح خراب الآباء» على حد قول «جون ميلتون».^(٣٢)

والتربية إما أن تكون سبب الداء، وإما تكون الدواء وطوق النجاة، فما إن نتاب الشعوب العصائب والمحن، حتى تستمسك بالتربية ملاذًا، فعندما هُزمت ألمانيا أمام القائد الفرنسي «نابليون» في القرن التاسع عشر، وسادت مشاعر اليأس بين الألمان، وجه الفيلسوف الألماني «فيخته» خطابًا إلى الأمة الألمانية يُبين فيه أن الهزيمة كانت تربوية قبل أن تكون عسكرية، وأن الخلاص يكمن في استبدال النظام التعليمي الألماني بتربية جديدة تبني التدريب الميكانيكي للذاكرة وأساليب الحفظ والتلقين، والتي تدفع التلميذ الألماني إلى التفكير في عجزه عن التفكير، وطالب الفيلسوف النظام التربوي الألماني بتبني ثلاثة أهداف تربوية عليا جديدة هي:^(٣٣)

• خلق نوع مختلف من البشر.

• رفع المواطن الألماني إلى مرتبة الإنسان الكامل (السوبر).

• التوقف عن دفع الطالب إلى التفكير في عجزه عن إعمال الفكر بالقدر اللازم.

واستجاب الألمان لخطاب فيلسوفهم فاستبدلوا نظامهم التربوي بأخر قائم على أولوية العقل، وتبنى الأخلاق المصيبة مما ساعد ألمانيا على تجاوز أزمتها

(٢٢) الثقافة العربية وحصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٨٩ (يتصرف)

(٢٣) طريق التربية في الشرق والغرب، مرجع سابق، ص ٣٩١

(٢٤) محسن خضر- النظام التربوي العربي والمستقبل، مجلة الكويت، الكويت- دولة الإعلام، أكتوبر

٢٠٠٠م، العدد: ٢٠٤، ص ٦٨ (يتصرف)

وفى اليابان كان أول قرارات الإمبراطور «مييجي» (١٨٦٨ - ١٩١٢م) الإصلاحية توحيد التعليم الابتدائي أمام جميع الطبقات من ساموراي وغيرهم. كما أرسل مبعوثين إلى أرجاء العالم المتقدم للتعرف على الجديد في العلم والمعرفة، ونقل الخبرات من هذه الأمم وعلومها إلى اليابان، ويعزى المحللون إلى هذه الإجراءات القدرة على بناء النهضة اليابانية للمعاصرة جنباً إلى جنب مع إعادة تنظيم الجيش الياباني على أيدي مُدرّبين ألمان، وتأسيس أسطول حديث بمساعدة الخبراء البريطانيين.

وعندما اكتسح الزعيم النازي «أدولف هتلر» فرنسا بحث الفرنسيون في عوامل هزيمتهم، وأرجعوها إلى ضعف نظامهم التربوي وبالأخص المدارس الثانوية الفرنسية، وشكلت حكومة فرنسا الحرة لجنة عرفت باسم (اللجنة التربوية لإصلاح التعليم) وقد وصفت التقرير المعروف باسم (تقرير الجرائر) والذي عزا الهزيمة المهيبة إلى المنزعة الطرية المتطرفة في التعليم الثانوي الفرنسي الذي أدى إلى العجز العلمي والتقني ممّا مهد السبيل أمام الهزيمة العسكرية على يد النازيين.

وعندما شرعت فرنسا في بناء وطنها بعد التحرير عام ١٩٤٤م كان النظام التربوي في مقدمة جهود التجديد، فألّفت لجنة يرعاه «بول لاسجمان» العالم الكيميائي الشهير لتحديد النظام التربوي الفرنسي، وصممت اللجنة عددًا كبيرًا من المفكرين الفرنسيين في تخصصات مختلفة، وكان أهم ما أوصت به اللجنة هو مد فترة التعليم الإلزامي إلى الثامنة عشرة من العمر، وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص أمام جميع الشباب الفرنسي ذكورًا وإناثًا، وتطوير الدراسات العليا، وحذرت من خطر التمييز التعليمي، وطالب بأربعة أمور هي: ^(٢٥)

(٢٥) محمد حواد رضا: العرب والتربية والحضارة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٧م، ص ٢٠١ (بتصرف).

١ - إدخال طرق التعليم القديمة بأحرى جديدة تقوم على مبدأ الفاعلية.

٢ - احترام فردية المتعلم.

٣ - إدخال التعليم الفنى فى منهج المدرسة الثانوية الأكاديمية.

٤ - تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص التعليمية بين الجميع، وإدخال الثقافة العامة فى المنهج كسياسة لصهر المتعلمين على اختلافهم ومن هنا بدأت الانطلاقة الرسمية.

وفى مصر مع حكم «محمد على» منذ عام ١٨٠٥م بدأ بإصلاح النظام التعليمى وإدخال نظام تعليمى غير مسبوق يبدأ من التعليم الابتدائى. وبدأ يجمع أطفال الفلاحين البائسين من الكتاتيب والمساجد ليصممهم إلى نظامه التعليمى، وأنشأ نحو ثلاثين مدرسة خصوصية (كلية) شملت جميع التخصصات العلمية فى عصره فى الموسيقى العسكرية والتمريض والإشارة مروراً بمختلف الكليات العسكرية وانتهاءً بالمهندسخانة (الهندسة). كما قام بتبنى آلية خطوط الإرسال والاستقبال، أى إرسال البعثات إلى الدول الغربية لتعلم الجديد فى مجالات المعرفة والتقنية، واستقدام الخبراء ليقوموا بالتعليم فى المدارس المتخصصة، وقد نبغ على سبيل المثال «رفاعة رافع الطهطاوى» أحد أبناء الفلاحين النابغين الذين التقطهم وكلفه بإنشاء مدرسة الألسن لترجمة المعارف والعلوم الأجنبية التى وصل عددها حوالى ٢,٥٠٠ كتاب فى مختلف فروع المعرفة، وإن كان الهدف المسمى الصيق (أى توفير مناهج التعليم) وليس الثقافة والتوير هو السائد على الغرض من هذه الترجمات، وكان من نتيجة هذا التجديد التربوى، إلى جانب جيش وأسطول حديثين واليهود الزراعى والصناعى أن قوات «محمد على» دقت أبواب الأستانة ممّا جعل الدول الغربية تتأمر عليه بهدف القضاء على طموحاته ونظامه الحديث خوفاً من تهديد مصالحها

وفى الخمسينيات من القرن المتصرم أحست الحكومة الأمريكية بالخطر عندما سبقها (الاتحاد السوفيتى سابقاً) فى اكتشاف الفضاء، وإطلاق سفينة الفضاء «سبوتنيك ١». وعكف العلماء الأمريكان على مراجعة النظام التعليمى

ومعرفة أوجه الحلل وتحديد حتى تمكن الأمريكان من التفوق على الروس مهبطوا على سطح القمر في عام ١٩٦٩م بقيادة «ألدرين» و«نيل أرمسترونج». وبالمثل فإن تقرير (الأمة في خطر) في بداية الثمانينيات من القرن الماضي تبّه الأمريكان إلى ضرورة تطوير علم الرياضيات والفيزياء واللغة الأجنبية في المدارس والجامعات الأمريكية في عهد الرئيس الأمريكي «رونالد ريغان» حتى لا تسبق اليابان والألمان والروس أمريكا في المستقبل، وتكرر الأمر في عهد الرئيس «بوش» (الأب) بصدد التقرير الأمريكي (تعليم الأمة الأمريكية في الثمانينيات)، ليرسم أمامهم تجديد النظام التربوي الأمريكي ليحقق المسبق لهم في القرن الحالي^(٣٦)

وعى أهمية التربية في مجتمعنا العربي نستطيع أن نتبين الأهمية في إحدى رسائل «إخوان الصفا» حيث قالوا ليس من فريضة من بين فرائض الشريعة وأحكام الناموس أوجب، ولا أفصل، ولا أجل، ولا أشرف، ولا أرفع للعبد، ولا أقرب له، بعد الإقرار به، والتصديق بأنبيائه ورسله فيما جاءوا به وحبروا عنه، من العلم وطلبه وتعلمه.^(٣٧)

ويشهد تاريخنا العربي كيف كانت التربية ركيزة أساسية من ركائز ثوراته، حتى أن الدكتور «عبد الله عبد الدايم» يحصل إلى أن أرمّة مجتمعنا العربي المتفاقمة هي - في جوهرها - أرمّة تربوية.^(٣٨)

ويرى الدكتور «نبيل حلي» أنه ليس لنا سوى التربية مخرج لانتشال أمتنا العربية من أزمتها، فالتربية هي مدخلنا إلى تنمية شاملة وصامدة، ودرعنا الواقى ضد الاكتساح الثقافى فى عصر «العولمة» وأهم أسلحتنا فى مواجهة التفوق الإسرائيلى على المستويين العلمى والتكنولوجى.^(٣٩)

(٣٦) النظام التربوي العربي والمستقبل، مرجع سابق، ص ٦٩ (بصرف)

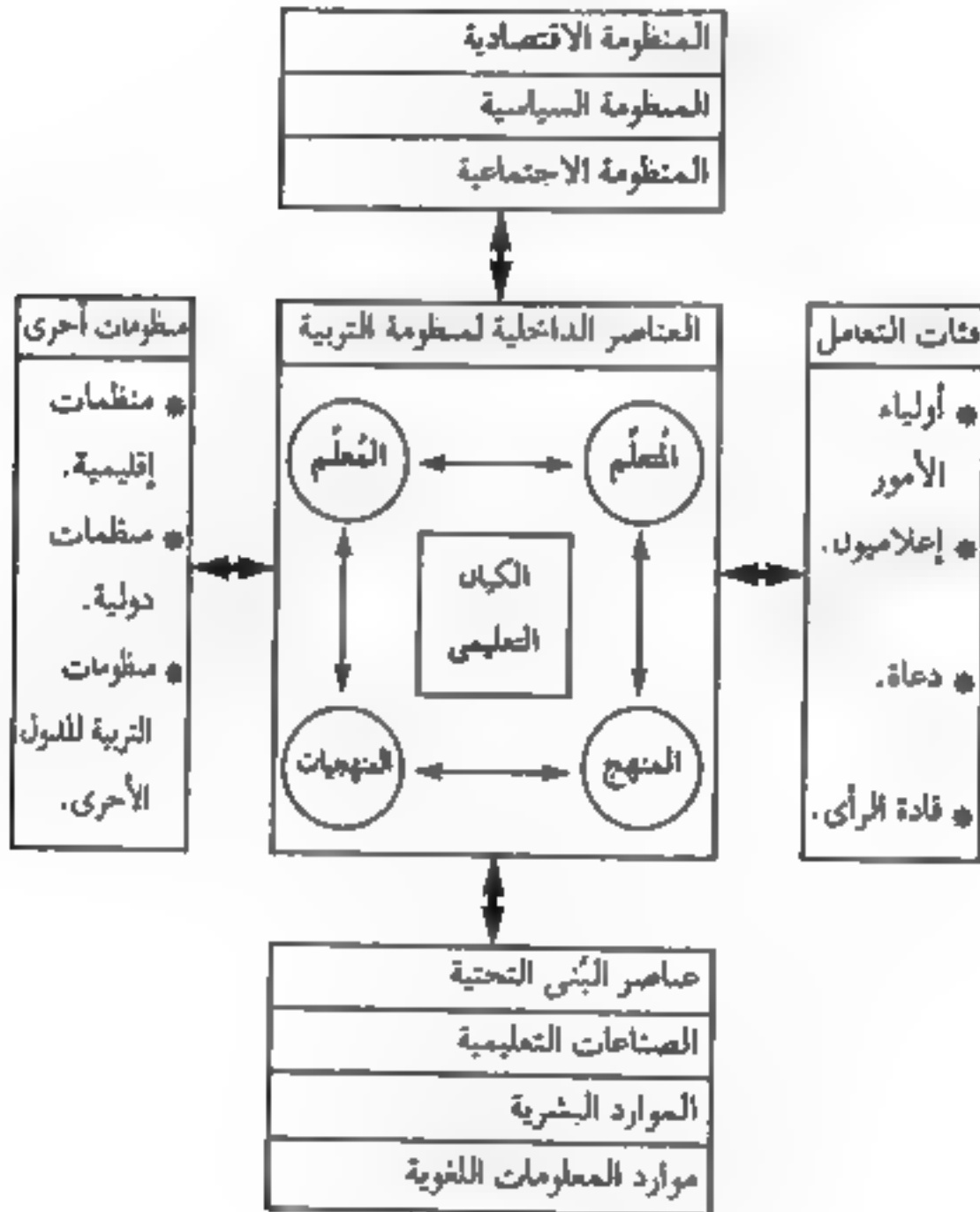
(٣٧) أصول التربية، مرجع سابق، ص ١٤٦.

(٣٨) نحو فلسفة تربوية عربية، مرجع سابق، ص ٧.

(٣٩) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٩١

منظومة التربية،

يوضح الشكل رقم (٣) الإطار العام الذي وضعه الدكتور «نبيل على»
لمنظومة التربية من منظور معلوماتي:



شكل رقم (٣)

ويتضمن هذا الإطار ثلاثة مكونات رئيسية هي: ^(٢٠)

• العلاقات التي تربط منظومة التربية بخارجها.

• العناصر الداخلية لمنظومة التربية.

• عناصر البنى التحتية لمنظومة التربية، وتشمل الصاعات التعليمية من طباعة وشر وتطوير برامج، والموارد البشرية من باحثين وتربويين وواضعي مناهج ومديرين، وموارد المعلومات التربوية، وتشمل قواعد البيانات والمواد التعليمية العلمية والتكنولوجية لدعم الأنشطة المختلفة

العلاقات الخارجية لمنظومة التربية،

١ - علاقة التربية بمنظومة المجتمع ككل: علاقة التربية بالمجتمع بمنزلة متغير تابع للعلمسة التربوية التي تسير على هداها. فالتربية تارة، خاضعة منقاداً لمجتمعها، وتارة أخرى، دافعة وقائدة لمسيرة تطوره. وهناك من يراها مؤسسة اجتماعية ضمن مؤسسات أخرى تتفاعل فيما بينها، وفقاً لقوانين توزيع العلم المجتمعى. وفى عصر المعلومات كان لابد أن تختلف علاقة التربية بالمجتمع، فتحت تأثير تكنولوجيا المعلومات سوف تتهاوى أسوار المدارس التي تفصل التربية عن المجتمع. ^(٢١)

ويرى الدكتور «نبيل على» أن من الأسباب الرئيسة لأزمنا التربوية، هو قصورنا الشديد فى دراسة العلاقة بين المتغير الاجتماعى والمتغير التربوى لقد فشلت معظم نظم التربية العربية فى تلبية تطلعات أبناء الطبقات الفقيرة التي كانت تحلم بأن نجد فى التعليم سبيلها إلى الرقى الاجتماعى. ولذلك فقدت التربية مصداقيتها، وفى ظل المتغير المعلوماتى، لم يعد انعزال تربيتنا عن واقع مجتمعنا أمراً مقبولاً.

(٢٠) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٢٢

(٢١) المرجع السابق، ص ٢٢٢ (يتصرف)

٢ - علاقة التربية بمنظومة السياسة: ترتبط تعليمنا بأهداف الدولة ارتباطاً وثيقاً منذ نشأته، إن علاقة نظمنا التربوية تعد صورة نموذجية لما يتحتم أن تكون عليه العلاقة بين «المعرفة» و«السلطة» و«الجماهير» في بلدان العالم الثالث.^(٣٢)

٣ - علاقة التربية بمنظومة الاقتصاد: تتعرض ديمقراطية التعليم في البلدان العربية الفقيرة إلى ضغوط اقتصادية هائلة، خاصة مع زيادة أهمية التربية في مجتمع المعلومات، وهو الوضع الذي جعل من التعليم مجالاً جذاباً للاستثمار الاقتصادي، مما يهدد بإعادة إنتاج تلك المجتمعات بطبقاتها وتناقضاتها.

إن اقتصاديات التربية العربية، تحتاج إلى رؤية مغايرة، تنظر إلى تربية عصر المعلومات بصفتها استثماراً طويل الأجل، ولن يتم ذلك إلا بحساب العائد الاجتماعي الكلي، مقترناً بحساب الكلفة الباهظة المباشرة وغير المباشرة لها درنا الترموي والمتمثل في تزييف العقول، والتسرب من الفصول، والارتداد إلى الأمية بمستوياتها المختلفة.^(٣٣)

٤ - علاقة التربية بمنظومات تربوية أخرى: يمكن القول بشكل عام إن التربية العربية قد تأثرت بالمدرسة الأمريكية والمدرسة الفرنسية، وحين الوقت لأن ندرس - بجدية - التجارب التربوية لدول أخرى، مثل ألمانيا وكندا واليابان ودول جنوب شرق آسيا، خاصة فيما يتعلق بإضافة التخصص الثقافي إلى المنظومة التربوية. من جانب آخر علينا استغلال موارد المعلومات التعليمية الهائلة التي توفرها منظمة اليونسكو وبرنامج الأمم المتحدة للتنمية ومنظمة الأمم المتحدة للتعاون والتنمية، في المجال الاقتصادي.

٥ - علاقة التربية بفئات التعامل: تتطلب تربية عصر المعلومات مراجعة شاملة للعلاقات التي تربط التربية بالعائلات الاجتماعية التي تتعامل معها، خاصة فيما

(٣٢) محمد عبد الحالح مديولى الشريعة والمطالعة في التربية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٩م، ص ١٢

(٣٣) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٣

يتصل بعلاقتها بأولياء الأمور بعد أن أصبح تعليم عصر المعلومات شأنًا يتقاسمه المنزل والعلمسة. من الجوانب المهمة لعلاقة التربية بالعثات الاجتماعية، ضرورة تصافر قادة الرأي والدعاة الدينيين والإعلاميين من أجل التوعية بخطورة القضايا الاجتماعية التي تطرحها تربية عصر المعلومات.^(٢٤)

هذا، وتقسم علاقة التربية بعثاتها الاجتماعية بملامح عامة عدة من أبرزها^(٢٥)

• عزوف أولياء الأمور عن المشاركة، وهو ما يتناقض جوهريًا مع تعاطف دور الأسرة في تربية عصر المعلومات ويمكن للإنترنت أن تلعب دورًا رئيسًا في ذلك، بجانب إتاحتها فرصًا لتعليم المرأة في المنزل.

• إعلامنا التربوي مازال يتناول أمور تربية عصر المعلومات، بصورة سطحية

• دعائنا الدينيون لا يرون في التربية سوى جانبها الإرشادي الأخلاقي، ويندر منهم من يتصدى لقضايا مثل: عدم المساواة في فرص التعليم، جشع بعض أصحاب الدروس الخصوصية.

• معظم قادة الرأي لدينا تنقصهم الثقافة التربوية اللازمة لعصر المعلومات.

• لا تشكل عناصر مجتمعنا المحلي وتنظيمات المجتمع المدني - حاليًا - قوة ضغط على مؤسسات التربية، في حين يمكن لها أن تساهم - بجدية - في التصدي لمظاهر العشل التربوي وأوجه القصور في تربية الطفولة وتعليم الكبار.

العناصر الداخلية لمنظومة التربية،

١ - المتعلم: أصبح المتعلم محور العملية التعليمية، وذلك بعد أن أصبحت القدرة على مواصلة التعلم ذاتيًا، لا التعليم، هو أساس تربية عصر المعلومات، وتعنى محورية المتعلم تلك، التركيز على احتياجاته، ومراعاة خفايته المعرفية.

(٢٤) المرجع السابق، ص ٣٣٥.

(٢٥) نفسه، ص ٣٣٦، ٣٣٧ (يتصرف).

ولكن المتعلم فى ظل تعليم الأعداد الفقيرة، صار مجرد ظاهرة إحصائية، فليس هناك من الوسائل والوقت لرعاية مواهبه وتنمية قدراته الشخصية، ولا أمل فى أن تغير التربية العربية فلسفتها الراسخة بين يوم وليلة.

٢ - المعلم تتطلب تربية عصر المعلومات، التى تقسم مناصم المعرفة وتنوع مصادرها وطرق اكتسابها ووسائل تعليمها، إعدادًا خاصًا للمعلم، ينمى لديه نعمة التعلم دانيًا، على المعلم أن ينمى قدراته ومعارفه ويلب إلمامًا عميقًا بمناهج التفكير وأسس نظرية المعرفة، وأن يكتسب مهارات إدارة الفصل والدرس والمواد التعليمية المحتملة فى بيئة الوسائل المتعددة. هناك من يزعج أن الاعتماد الكبير على تكنولوجيا التعليم والبرامج الجاهزة، سيؤدى إلى ضمور مهارات المعلم، خاصة أن تكنولوجيا المعلومات على وشك أن تنتج نظامًا ذكيًا يحاكي خبرات المعلم البشرى، بل يفوقه صبرًا وإثارةً ومثابرةً، وربما يدفع ذلك بمهمة التدريس إلى جحيم عصر البطالة. وهناك من يرى أن مهمة التدريس مناصح أكثر إثارة، وأن المعلم سيكتسب مهارات جديدة فى مجالات عدة. إن تكنولوجيا المعلومات ستحرر المعلم من قوقعة المصنوع ليواجه، فى رفقة تلاميذه المجتمع على اتساعه، مما سيؤدى إلى تنمية قدراته، وإعلاء معارفه، وتعزيز وضعه الاجتماعى، ودوره القيادى بالإضافة فإن البرمجيات التعليمية لا تعطى حاليًا، إلا جزءًا ضئيلًا من مطالب التعليم الرسمى، وسيمضى وقت طويل قبل أن تستطيع نظم التعليم الآلية محاكاة المعلم البشرى نعم، لقد فقد معلم عصر المعلومات سلطة احتكار المعرفة ليتغير دوره بالتالى، من كونه مجرد ناقل للمعرفة إلى كونه مشاركًا وموجهًا يقدم لطلابه يد العون، لإرشادهم إلى موارد المعلومات، وفرص التعلم المتعددة، المتاحة عبر الإنترنت. لقد أصبحت مهمة المعلم

مربحاً من مهام المربي والفائد ومدير المشروع البحثي والناقد والمستشار
والمخرج السينمائي ومدير المسرح.^(٣٩)

هذا، وتتفق جميع الآراء على أن نجاح المؤسسة التربوية في عصر
المعلومات، يتوقف - بالدرجة الأولى - على نجاحها في أحداث الثقة
الوعية في إعداد المعلم، وإعادة تأهيله، وكسر حاجز الرهبة لديه في التعامل
مع التكنولوجيا، حتى يتأهل للتعامل مع أجيال الصغار التي رسخت لديها
عادة التعامل مع هذه التكنولوجيا.

على أنه يمكن القول أن معظم معلمينا مازالوا عارفين عن المشاركة الإيجابية
في توجيه مسار العملية التربوية، ونادراً ما يدعون إلى المشاركة في القرارات
الخاصة بالتعليم، وموقف معلمينا من استخدام تكنولوجيا المعلومات في
مجال التعليم مازال مشوباً بالعموض. البعض يرى فيها مناقشة خطيرة،
والبعض الآخر غير موقر بفاعليتها، إما بسبب الثقافة التربوية السائدة وإما
لنقص التدريب، وإما لعدم توافر المعدات والبرامج، وقد أصبح تعلم
الكمبيوتر في معظم مدارسنا، مقصوراً على القائمين بتدريس مادته. لقد
ترسخت لدى معظم المعلمين العرب عادة التدريس بالتلقين، وعدم تنوع
مصادر المادة التعليمية. ويحتاج علاج ذلك إلى تضافر جهود التأهيل،
وتصميم المناهج وأساليب التقويم والامتحانات. ولا يمكن للمعلم العربي أن
يتقن مهمة التعليم باستخدام تكنولوجيا المعلومات، إلا إذا دُمجت هذه
التكنولوجيا في جميع المناهج في كليات التربية من السنة الأولى إن
المُعلِّم العربي يجب أن يتعلم هو نفسه باستخدام تكنولوجيا المعلومات، قبل
أن نطالبه بالتدريس مستخدماً إياها. إن ذلك سيكسر رهبة استخدام
التكنولوجيا لدى المُعلِّم بحيث لا يصبح تحت رحمة الإحصائي التكنولوجي

(٣٩) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٢٨ (يتصرف)

الذى يتمتع توافره ووجوده. نحن نريد لمتعلمنا مادة تعليمية أقل واستيعاباً أعمق، ولتعليمنا حملاً تدريبياً أقل، وتدريباً أكثر. ومن حسن الحظ، أن تكنولوجيا المعلومات، وشبكة الإنترنت خاصة، تتيح فرصاً عدة لتأهيل المعلمين، بما توفره من مناهج مبرمجة، ونظم لتأليف المساهج، علاوة على تبادل الخبرات مع أقرانهم بالداخل والخارج عبر حلقات النقاش وجماعات الاهتمام المشترك التى تنمو بها الشبكة.^(٣٧)

٣ - المنهج: أو المادة التعليمية، يتعرض هو الآخر لهزة عنيفة. لقد عملت المساهج الصارمة، نتاج تربية عصر الصناعة، على تسميط العقول، وإنتاج البشر بأسلوب التوحيد القياسى، تماماً كما يحدث فى إنتاج المصانع إن الأمل مفقود على تربية عصر المعلومات كى تخلص التعليم من تلك الصرامة وقياسية الإنتاج بالجملة. لقد أصبح العالم أعقد من أن يشمل منهج ثابت ومحدود، وإزاء تضخم المعلومات أصبحت مسألة انتقاء مادة المنهج ذات بعد أخلاقى، وذلك لأنها تطوى على حرمان المتعلم من معارف ربما تكون حيوية بالنسبة لتنميته الذهنية.^(٣٨)

على صعيد آخر، فإن لدينا أنواعاً عدة من الطلاب، وأنواعاً عدة من الفصول، وأنواعاً من المعلمين، لكننا مازلنا متشبثين بأن كل هذا الشروع يمكن أن نواجهه بالمنهج نفسه.^(٣٩)

لقد أفرزت تكنولوجيا الصناعة منهجاً ثابتاً منعقداً، فهل يمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تجعل مناهج التربية مفتوحة ومتغيرة بصورة دينامية.

(٣٧) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٤٠، ٣٤١ (يتصرف)

(٣٨) Postman, Neil. *Technopoly - The Surrender of Culture to Technology*, Vintage Books, The United States of America. 1992. P. 176.

(٣٩) Lipsitz, George, *Class and Consciousness*, in Kumar, Amitava, ed. *Class Issues* Pedagogy, Cultural Studies, and the Public Sphere, New York University Press, U.S.A. 1997. P. 9 - 21.

لقد ولى ذلك الرمز الذى كانت فيه مجالات المعرفة المختلفة بمنزلة جرد معرفة، معلقة على نفسها فى نطاق تخصصها الضيق، وقد كانت تكنولوجيا المعلومات معول هدم للحواجز الفاصلة بين مجالات المعرفة المختلفة وعلى صعيد آخر، فقد ساد، فى الماضى طابع التلاحق والحظية فى عملية تخطيط المناهج الدراسية، فكل مرحلة، أو كل سنة من مراحل الدراسة أو العمر، له مادته التعليمية، فيأتى الحساب بعد اللغة، والجبر بعد الحساب، والأحياء بعد الميزياء، والمنطق بعد الرياضيات وهكذا. ومن أجل تحقيق التكامل المعرفى، خرج إلى الوجود مفهوم المنهج الحلزونى، القائم على أسس أن أى مادة تعليمية، يمكن تدريسها فى أى مرحلة من العمر، مع استمرار عملية تعميق المعرفى، من خلال «التكرار والريادة» لما تم تدريسه فى مراحل سابقة.

وكما تشظى النصوص والمعارف فى عصر المعلومات، تشظى - بالمثل - مناهج الدراسة، التى لم تعد تلك السلسلة المتصلة من المواد المترابطة، حيث جُمعت من وحدات معرفية أصغر Modules فى تشكيلات متنوعة، وفقاً لأغراض التعليم ومطالب المتعلم، بل أوشك الأسلوب المعهود لقوائم المسائل والتمارين أن يندثر أيضاً، بعدما صارت تلك القوائم سابقة التجهيز غير ملائمة لعصر المعلومات، الذى يُمَرِّز كل يوم مشكلات لم تكن فى الحسبان، وأصبح طرح الأسئلة بأهمية الإجابة عنها، إن لم يزد.^(٤٠)

٤ - المنهجيات: أسوة بما حدث فى رقابة الجودة الصناعية، لم يعد يكفى فى تقييم أداء المؤسسات التربوية، الاكتفاء بجودة المنتج النهائى، ويقصد به أداء الطالب فى حالته، بل لابد أن يتضمن ذلك جودة عمليات الإنتاج ذاتها، وهى تناظر - فى حالتنا - جودة أساليب التعلم، من منهجيات وطرق تدريس. لقد

(٤٠) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٣٩، ٣٤٠ (يتصرف)

أصبحت عملية التعليم والتعلم متعددة الأبعاد، فهناك مصادر متعددة للتعلم: نظامية وشبه نظامية وغير نظامية، وهناك وسائل متعددة لتقديم المادة التعليمية: من وسائل الطباعة الالكترونية ووسائل الإيضاح السمعية والبصرية، بالإضافة إلى اتساع مراحل التعليم التي تشمل - حاليًا - جميع الأعمار من الصغار حتى الكبار، وقد أدى ذلك - بدوره - إلى ما يمكن أن نطلق عليه ظاهرة «انفجار المنهجيات»، نظرًا إلى البدائل المتعددة التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات فيما يخص تفاعل رباعية: المعلم، المتعلم، المنهج، المنهجيات^(٤١)

أما بالنسبة للمنهجيات في العالم العربي، فمن المتعذر استيراد منهجيات التعليم لشدة ارتباطها، سواء بالبيئة التعليمية، أو بقدرات المعلم القائم بتطبيقها. لذا فنحن في أمس الحاجة إلى دفع البحوث التربوية لتناول أثر تكنولوجيا التعليم والإنترنت على منهجيات التعليم، وكيفية تطويعها للثقافة السائدة، وللبيئة التربوية المتوافرة، ولقدرات المعلم، وقدرات من يقوم بتعليمهم، ومن الخطورة بمكان، تطبيق المنهجيات الجديدة - ومعظمها مستحدث - دون تجريب واختبار دقيق. مرة أخرى، يمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تساهم في تحقيق هذا الغرض، حيث توفر بيئة اختبار فعالة لتجريب المناهج الجديدة، مع سرعة الحصول على نتائج^(٤٢)

الإعلام والتربية،

١ - زيادة التقارب بين الإعلام والتعليم:

يقينًا، فإن الإعلام والتعليم مبتقريان إلى حد التداخل وسيكون للإعلام الحديث - بصفة خاصة - مساهمته الفعالة في مجال «التعليم عن بعد». يتطلب ذلك استحداث وسائل جديدة لبث رسالة إعلامية تعليمية تختلف - جوهريًا - عن الطابع السلبى الذى ما زال يسود الإعلام التربوى.

(٤١) المرجع السابق، ص ٢٤٠

(٤٢) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٤١.

ولا شك في أن هذا التقارب يتناسب مع التوجه التنموي الذي يدعو إليه في مجتمعاتنا العربية. وإن كان هذا يتطلب درجة أعلى من التنسيق بين المؤسسة التربوية الرسمية، وأجهزة الإعلام بصفتها مؤسسة تربوية للتعليم اللارسمي.

٢ - تربويات الميديا:

على الرغم من الأوقات الطوال التي يقضيها بشر اليوم يستمعون للإذاعة، أو يشاهدون التلفزيون ويتعاملون مع الإنترنت، إلا أن معظم هؤلاء البشر يعانون من أزمة إعلامية صارخة، فقد استسلموا للإعلام استسلاماً شبه كامل، فصاروا عاجزين - بالتالي - عن فهم أسرار لعبة الإعلام، وكيف يتلاعبون بالعقول، من أجل فرض الانصياع والانصياط. ولم تحظ تربويات الإعلام باهتمام أى من النظريات الاجتماعية الحديثة لقد أصبح لزاماً على التربية الحديثة أن تصنع ضمن أهدافها تنمية النزعة النقدية للميديا لدى الشباب^(٤٣)

كما أن هوس شبابنا بالميديا، يُحتم علينا ضرورة أن ننحو أميته الإعلامية، حتى يستطيع الحروح من دائرة الحصار التي يقيمها من حوله الإعلام الرسمي. يتطلب ذلك إكسابه المهارات الذهنية التي تمكنه من احتراق أسوار التعقيم الإعلامي، واستظهار المسكوت عنه، وفك شفرة القوى التي تقف وراء ظهر الرصالة الإعلامية.

(٤٣) المرجع السابق، ص ٢٨٠.

الفصل الثاني

الإعلام التربوي .. مسؤولياته ومشكلاته

لم يطف مصطلح الإعلام التربوي على سطح الكتابات العلمية التربوية إلا حديثاً، حين بدأت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) تستخدمه في أواخر السبعينيات من القرن المصمر للدلالة على التطور الذى طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والإفادة منها.

ونحن لابد أن نرق بين مصطلحين قابلين للطرح حتى يتسنى لنا تحديد معنى الإعلام التربوي وهما:

• الإعلام التربوي. • الإعلام التعليمي.

والدكتور مصطفى رجب يؤكد أنه لابد من الإشارة أولاً إلى أن التربويين لم يضعوا - بشكل قاطع - حدوداً فاصلة بين كلمتي «التربية» Education والتعليم Instruction، بل إن الكلمة الأولى كثيراً ما تترجم إلى اللغة العربية بالتربية مرة وبالتعليم مرة أخرى، كما أن الكلمة الثانية تترجم أحياناً بالتدريس

ولذا يمكن التوصل إلى: أن التعليم نمط مؤسسى من أنماط التربية يتم داخل مؤسسة رسمية تتحد من هذه العملية رسالة أساسية لها، ويتحد منها المجتمع وسائل ذات رسائل تكفل له إعداد النشء وفق ما يريد. بينما تتم التربية داخل تلك المؤسسات وخارجها، للأسرة والأندية ووسائل الإعلام ودور العبادة وغيرها، مؤسسات اجتماعية لها وظائفها الخاصة، ومنها يكتسب المرء كثيراً من مكونات شخصيته وثقافته.^(١)

وتأسيساً على هذا المهم يمكن حصر «الإعلام التعليمي» فى الصحف والمجلات التى تصدر متجهة إلى المعلمين والطلاب وغيرهم من عناصر العملية التعليمية، مضافاً إلى ذلك البرامج التعليمية المسموعة والمرئية

(١) مصطفى رجب الإعلام التربوي من البلاد العربية، مجلة العيصل، السعودية، دار العيصل الثقافية، ديسمبر ١٩٩٦م - يناير ١٩٩٧م، العدد: ٢٤٢، ص ٦٧ (بصرف).

الدور التعليمي للإذاعة والتليفزيون

استخدمت الإذاعة والتليفزيون كوسائل بديلة للتعليم الرسمي وغير الرسمي، ونعتبر الجامعة المفتوحة في بريطانيا، من أنجح التجارب في استخدام الإعلام الجماهيري في التعليم الرسمي. ومنذ العام ١٩٧١م، والجامعة المفتوحة تقدم منهجاً دراسياً متكاملًا، يشترك في تقديمه التليفزيون والراديو ونظم التعليم بالمراسلة، مع إتاحة الفرصة للدارسين للالتقاء بالأساتذة.^(١)

وقد كانت السلفادور والكويت ديموار (ساحل العاج) من أوليات الدول السامية في استخدام التليفزيون التعليمي، بصورة واسعة في التعليم الرسمي. من أشهر تجارب استخدام الإعلام الجماهيري، في التعليم غير الرسمي، مشروع المنتدى الريفي الذي أقامته الإذاعة الهندية، بمعاونة اليونسكو لتوعية الفلاحين في أمور الزراعة والصحة والتعليم والحكم المحلي، وغير ذلك من جوانب التربية الاقتصادية والاجتماعية.

والتليفزيون التعليمي له دور واضح في تقوية ميل الأطفال والشباب إلى القراءة، كما أنه لا يُلغى دور الكتاب بل إنه وسيلة جديدة للتعليم، وله دور حيوي في تسهيل عملية التعليم، فهو يدعم الدور الذي يقوم به الكتاب في العملية التعليمية.^(٢) وقد جاء في كثير من دراسات منظمة اليونسكو أن التليفزيون قد تعاون في تشكيل الطريقة التي يقدم بها المعلومات للطلاب، فهو يضرب على أوتار جديدة من الصعب أن تستجيب بطبيعتها للصفحة المطبوعة، والتليفزيون قادر أيضًا على توسيع آفاق الفكر الإنساني بلا حدود، وهو يحقق للإنسان قدرًا كبيرًا من استغلال الفكر والعقل، كما يساعد على التأمل في أفكار جديدة.^(٣)

(٢) طالع مايكل هابت أمدي ' دور الإعلام في العالم الثالث في نظام الإعلام المقارن، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩١م، ص ١٤١ - ١٦٠

(٣) طلعت ذكرى التليفزيون في حياة أطفالنا، القاهرة: مكتبة المحبة، ١٩٨٨م، ص ١٣١، ١٣٢ (بتصرف)

(٤) سيكولوجية الطفولة، مرجع سابق، ص ١٧٠.

وهي العديد من البلدان قامت محطات التلفزيون بإنتاج برامج تربوية مهمة ومفيدة تهدف إلى إكمال وتعميق البرامج المدرسية والجامعية، إضافة إلى إنتاج البرامج الموجهة إلى المراهقين الذين هم بحاجة إلى معارف تقنية. وبعض البلدان المتطورة أسست محطات تلفزيونية خاصة لبث مثل هذه البرامج، في حين خصصت بعض البلدان الأخرى جزءاً من أوقات بثها الأساسية لعرض برامج تربوية واكتسابية.^(٥)

وعندما يتحدث الباحثون عن التلفزيون التربوي فإنما يقصدون التلفزيون التعليمي، والتعليم المتلفز معاً، والمعروف أن التلفزيون التعليمي يقدم البرامج التي تهدف إلى تعليم الجماهير بطريقة غير مباشرة معتمداً على مقدرتهم لاستيعاب الموضوعات المعروضة أمامهم. أمّا التعليم المتلفز فهو الذي يعنى البرامج التعليمية المباشرة التي تقوم على عرض التجارب وتسجيل الملاحظات.^(٦)

- ويمكن تلخيص الإيجابيات المباشرة للتعليم المتلفز على النحو التالي:^(٧)
- الاستعانة بأكفاء المعلمين وأفضلهم لتسجيل دروس التلفزيون.
 - بإمكان التلفزيون أن يصل إلى أكبر عدد ممكن من الطلاب في نفس الوقت.
 - بالإمكان الاستعانة بتقنيات الإنتاج المتواصلة والمتعددة لشرح الدروس.
 - يمكن متابعة الدروس المتلفزة في المنزل بطريقة منتظمة أو مرحلية، والأهم من ذلك أنه بإمكان كل أفراد الأسرة متابعتها.

وعن مدى تأثير برامج التلفزيون على التحصيل الدراسي أثبتت كثير من الدراسات أن التلميذ الذي يحسن اختيار البرامج ويصرف وقتاً مناسباً في

(٥) جمانة رشيد شومك: التلفزيون وتشكيل السلوك، مجلة العربي، الكويت. وزارة الإعلام، يوليو ١٩٩٤م، ص ١٦٧.

(٦) وديق صفوت مختار: التلفزيون. كيف يشكل سلوك الطفل ويمن قراءته، مجلة القافلة، السعودية، يناير - فبراير ٢٠٠١م، ص ١٧.

(٧) سيكولوجية الطفولة، مرجع سابق، ص ١٧١.

مشاهدتها يجد في التليفزيون عوناً كبيراً في تفهم بعض المواد الدراسية نظراً لثراء وعنى معلوماته. فالطالب الذي يشاهد برنامجاً علمياً عن تحويل الطاقة الحركية إلى كهربائية تتسع مداركه في فهم هذا المجال من العلوم. والذي يشاهد برنامجاً يمس مشكلة من المشكلات الاجتماعية التي تواجه مجتمعه، يزداد وعيه الاجتماعي^(٨)

ولسجاح البرامج التليفزيونية التعليمية ينبغي التنبيه إلى الآتي^(٩):

١ - إقناع المعلم باستخدام التليفزيون التعليمي كوسيلة تعليمية وكمعين تعليمي، وبأنه مكمل لدوره وليس بدلاً له.

٢ - تنظيم دورات تدريبية للمعلمين حتى يتمكنوا طرق استخدام التليفزيون التعليمي.

٣ - توفير الأعداد الكافية من أجهزة الاستقبال المناسبة لضمان سهولة المشاهدة.

٤ - متابعة الخبراء للمدارس عن طريق الزيارات لضمان الإيجابية في تلقى الدروس التليفزيونية واتباع الأسس التربوية.

٥ - استخدام التليفزيون كوسيلة تعليمية وكأداة للشرح والمراجعة قد تعنى عن الدروس الخصوصية ولا سيما عند استعمال أشرطة «الفيديو كاسيت» المسجل عليها دروس نموذجية مطابقة للمناهج الدراسية.

وعلى الرغم من التوسع في استخدام الراديو والتليفزيون تعليمياً، إلا أن نتائجه ظلت محدودة بسبب المشكل في إدماجه ضمن البيئة التعليمية التي يسيطر عليها الكتاب المطبوع بالإضافة إلى الطابع السلبي للإعلام الجماهيري أحادي الاتجاه، وهو وجه القصور الذي تسعى تكنولوجيا المعلومات إلى التغلب عليه من خلال التليفزيون التفاعلي ثنائي الاتجاه Interactive TV الذي يسمح بالتفاعل

(٨) فتح الباب عبد الحليم، إبراهيم ميخائيل، الناس والتليفزيون، القاهرة: مكتبة الأجلو المصرية، ١٩٦٣م، ص ٩٧، ١٠١ (يتصرف).

(٩) التليفزيون في حياة أطفالنا، مرجع سابق، ص ١٣٣، ١٣٤ (يتصرف).

الإيجابي بين المرسل والمستقبل، وكذلك من خلال ربط التليفزيون بشبكة الإنترنت لاستخدامه كوسيلة للإبحار في فضاء المعلومات الذي تتيحه الشبكة^(١٠)

وهناك محاولات عدة لاستخدام وسائل الإعلام الجماهيري العربي في محور الأمية، ودعم التعليم الرسمي، بل كانت هناك محاولات لإنتاج مواد تعليمية - ثقافية للأطفال العرب (افتح يا سمسم) من المؤسف أن هذه التجربة قد توقفت، بل رفضت بعض محطات التليفزيون العربية إداعتها بأنها باللغة العربية الفصحى المبالغى فيها. ولا شك في أننا قادرون على إنتاج برامج تعليمية وترفيهية للأطفال بلغة فصحى مستساعة، تعيد لصفارهم اعتزازهم بلمعتهم الأم.

وأنا أنقل تجربة الشاعر أحمد سويلم حينما طرحت عليه هذه القضية في حوارى مع سيادته: «اللغة العربية تستطيع أن تصل إلى أى مستوى عقلى وذلك إذا أحسنا تقديمها، فالمعروف أن اللغة لها مستويات متعددة تبدأ من البساطة وتندرج صاعدة إلى التعقيد، والعيب ليس فى اللغة وإنما فى الذين يتعاملون مع اللغة، فمن يقبض عليها قبضاً جيداً يستطيع ببساطة اختيار المستوى المناسب لكل مرحلة سنية أو عقلية، ولقد كانت لى تجربة فى ذلك، فقد استطعت أن أقدم اللغة العربية - فى مستواها المسط إلى الأطفال - ما قبل المدرسة - دون صعوبة، وحينما أقدمها إلى مستوى أكبر، أنتقى مستوى أكبر وهكذا»^(١١)

وقال الشاعر أيضاً مدافعاً عن اللغة العربية الفصحى: «قد يدعى المدعون أن اللغة الفصحى لا تصلح للطفل، بالرغم من أن الطفل يقرأ الكتب السماوية بالفصحى، ويقرأ كتبه كلها فى مدرسته بالفصحى، ويسمع نشرات الأخبار بالفصحى، فلماذا لا يكون المسرح فصيحاً وشعرياً أيضاً، إن لى تجارب تتعدى الحسنيين مسرحية، قدم التليفزيون منها نصفها تقريباً، والمسرح المدرسى قدم

(١٠) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٢٧

(١١) وبين صفوت مختار لقاء مع الشاعر أحمد سويلم، المجلة العربية، السعودية، أبريل ٢٠١٠م، العدد.

الكثير، لكن يبدو أن هذا اللون من الكتابة يتطلب أيضًا مخرجًا على مستوى من الفهم والوعي، ويتطلب ممثلين يعرفون اللغة معرفة جيدة، وأولاً وأخيراً يتطلب مسئولين حريصين على أطفالنا من التشتت والامية، وحيثما يحدث ذلك.. سنرى مستقبلنا العربي مشرقًا لا تخشى على تألقه»^(١٢).

هذا، وقد أبدت بعض القنوات الفضائية العربية - في الآونة الأخيرة - اهتمامًا بالإعلام التعليمي إلا أن وسائلها في تقديم المادة الدراسية، ما زالت محدودة للغاية، ولا تستغل أسلوب تعدد الوسائط التعليمية. كل ما نحشاء أن تفتحهم الفضائيات الأجنبية حرمتنا الإعلامي في ظل «عولمة التربية» لملء فراغ الإعلام التعليمي، وتقديم سلعة تعليمية أرقى، ليضاف إلى ما لدينا بالفعل قناة أخرى للتعليم الأجنبي الموارى. وبذلك تزداد ساحتنا التربوية تشرذمًا وطبقية. ولا شك في أن ذلك لو حدث، سيكون من أمضى أسلحة الاكتساح الثقافي^(١٣).

وسائل الإعلام.. والرسالة التعليمية الناجعة:

كثير من التربويين يرون أن وسائل الإعلام الجماهيري حينما تصدت لتقديم الرسائل التعليمية إلى طلاب العلم، قد نجحت على حوفاق مؤسسات التعليم ذاتها، ولذا فسوف نعرض لهذه الرؤى.

في البداية يؤكد علماء التربية أن الإعلام يستطيع أن يعلم بخمس طرق أساسية على الأقل هي: ^(١٤)

١ - تقديم المعلومات.

٢ - يساعد على تنظيم المعلومات والأفكار.

(١٢) وفي صفحت مختار حوار مع الشاعر الكبير أحمد سويلم، مجلة هو وهي، بقوسياً: قبر من مؤسسة الشرق الأوسط المحدودة، يناير ١٩٩٨م، ص ١٥.

(١٣) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٣٢٨.

(١٤) كارلوس كوريس: نحو ركيزة تربوية لعصر المعلومات، ترجمة د. شوقي سالم، مجلة الثقافة العالمية، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير ١٩٩٣م، ص ١٢٢.

٣ - يساعد على خلق وتقوية وتعديل القيم والمواقف

٤ - يساعد على تشكيل التوقعات.

٥ - يقدم نماذج للعمل.

ووسائل الإعلام الجماهيرية أصبحت تعلم وتشترك مع الأسرة أو مع المدرسة في تربية وتعليم النشء، ولم تعد المدرسة اليوم هي مصدر التعلم بمفردها، ولكن أصبحت واحدة من عدة مؤسسات، فالباس جميعًا بمن فيهم التلاميذ يتعلمون خارج المدارس عن طريق مناهج مجتمعية، ومناهج شاملة ومستنصرة وغير رسمية مبنية على الأسرة والأصدقاء والجيران ودور العبادة والتنظيمات والمؤسسات ووسائل الإعلام وغيرها من قوى التوافق الاجتماعي التي نعلم منها جميعًا طوال سنى حياتنا. لذلك يجب على المدرسة أن تساعد الطلاب على أن يتعلموا تحليل مضمون الرسالة الإعلامية إذا كانوا كبارًا، وأن تعلم الأسرة كيف يعلمون أبناءهم من وسائل الإعلام.^(١٥)

وبينما اشتدت المنافسة بين المدرسة والأسرة، فإن المنافسة أخذت تشتد بين وسائل الإعلام والمدرسة، ولا نعنى هنا بالمنافسة محاولة الواحدة إلغاء الأخرى، بل نعنى بالمنافسة أخذ الأولوية في جذب اهتمام الناشئة وأسر وجدانهم إليها واقتصاص أكبر قدر من وقتهم وجهدهم واهتمامهم. والواقع فإن كلاً من المدرسة ووسائل الإعلام قد حاولت من جانبها الاستيلاء على المزايا التي تتمتع بها الأخرى حتى تزداد قوة وتأثيرًا وسيطرةً على عقول وأفئدة الأطفال والمراهقين والشباب أيضًا. فتجد أن المدرسة تتدرب بالصور الثابتة والمتحركة وأشرطة التسجيل الصوتية والصحافة المدرسية في التعليم، كما تجد أن الإذاعة والتليفزيون والصحافة تعتمد جميعًا إلى منافسة المعلمين بالمدارس في تقديم المناهج الدراسية المقررة في أبواب جذابة مستعينة ببعض الكفايات الممتازة من المعلمين والتربويين.

(١٥) مصطفى رجب، أطفالنا بحاجة إلى تربية إعلامية جديدة، مجلة الحضرة، السعودية، ص ٤٨

هذا بالإضافة إلى ما تقدمه وسائل الإعلام من ثقافة عقلية ومعلومات عامة وأنباء تخص الدول والمجتمعات والأفراد، وما تقدمه أيضًا من قصص وأدب ومسرحيات وأفلام سينمائية وغير ذلك من مواد تعمل جميعًا على صقل العقل والوجدان وتعمل على صهر المواهب وتلهم بالأفكار والعنود والمهارات.^(١٦)

ويبدو أن وسائل الإعلام قد انتصرت إلى حد بعيد على المدرسة في جذب قلوب الناشئة إليها، فإذا ما سألت العالوية العظمى من الأطفال والمراهقين والشباب عن المفضل في نظرهم: الصحافة أو المجلة أم الكتاب المدرسي المقرر؟ فإن الإجابة ستكون بالتأكيد لصالح الصحيفة أو المجلة وهذا التفصيل في نفس الوقت من حط الجريدة والإذاعة (الراديو) والتليفزيون والسينما والكمبيوتر والإنترنت وتعبير أهم نقول: إن وسائل الإعلام تسيطر بالفعل على قلوب وعقول الناشئة، فهم يفصلونها جميعًا على الكتب والمقررات المدرسية. ويعود هذا التفصيل إلى ما يكلف به رجال الإعلام من تقديم موادهم بطريقة شيقة، وتقديمهم لاختيارات كثيرة جدًا يترك للقارئ أو السامع أو للمشاهد الاختيار من بينها ما يروقه ويستهو به.

أما ما يقدمه المعلمون من دروس، وما يتضمنه الكتاب المقرر من معلومات فإنه إجباري تمامًا، ولا يمكن الاجتزاء بجانب منه، ولا يمكن الاختيار للبعض والرفض للبعض الآخر مما يقوم المدرس بتدريسه بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام لا تمتحن الناس فيما تقدمه إليهم من مواد ولا تهددهم بالرسوب والعزى الذي يلحق بهم إن هم لم يستوعبوا ما تقدمه إليهم كما تفعل المدرسة.^(١٧)

ويمكننا القول بأن وسائل الإعلام تسير في نهجها على نحو تربوي أكثر مما تعمل المدرسة، فسيما تحاطب المدرسة عقول التلاميذ، أو لقل بينما هي تجترى

(١٦) الثقافة ومستقبل الشباب، مرجع سابق، ص ١٢٠.

(١٧) المرجع السابق، ص ١٢١ (يتصرف).

بالتحصيل المعرفي، فإن وسائل الإعلام تتعامل مع وجدان المرء وعقله معاً، إنها تقدم التسلية والمائدة معاً، محاولة الترغيب وجذب الناس إليها بكل الوسائل الإيحائية الممكنة، وأكثر من هذا فإن التنوع شديد في وسائل الإعلام بينما التنوع قليل في التعليم. بالإضافة عن أن المشتركين في تقديم المادة الواحدة هي وسائل الإعلام قد يريدون عن شخص واحد، فكثير من المتخصصين يشاركون في العمل الإعلامي، بينما نجد أن المعلم يعمل بمفرده في التعليم، وأكثر من هذا فإنك لا تكاد تجد فرقاً يذكر بين ما يستعين به المعلم من وسائل إيصال مع مشارف القرن الحادي والعشرين وبين معلم العصور الوسطى صحيح أن هناك بعض المدارس قد بررت في مصمار الوسائل والفنون التعليمية، ولكنها على كل حال لا تشكل إلا الغلة الساذرة التي يمكن التعميم في سوء أعدادها القليلة.

وثمة جانب آخر تمتاز به وسائل الإعلام وهو أنها تختصر الطريق فيما تقوم بتقديمه إلى مستهلكي خدماتها، فالإذاعة والتليفزيون وأيضاً الصحافة تقدم الأشياء ذاتها والأحداث بعينها، بينما تعتمد المصاحج ومعدوها من المعلمين إلى تفريغ الأشياء من حيويتها وعلاقاتها وتقدم عظامها الجافة إلى التلاميذ أو الطلاب، قرون بين رحلة تليفزيونية إلى بكين العاصمة الصينية مثلاً حيث تشاهد من خلال الشاشة الصغيرة معالم تلك المدينة وبين درس الجغرافيا الذي يتعرض لتلك المدينة، شتان بين المعالم النابضة بالحياة حيث يشاهدها المرء، وبين خريطة لا تعدو أن تكون خطوطاً ترمر إلى أشياء وليست هي بأشياء.^(١٨)

الإعلام.. والتربية الإعلامية:

المهم التقليدي لمصطلح «الإعلام التربوي» على أنه تلك البيانات الخاصة بالعملية التربوية وطرائق تبويبها وفهرستها ونشرها، هذا المهم يوصد الأبواب أمام محاولة احتراق الحاجز الذي تستر وراءه وسائل الإعلام بدعوى الحرية فتقدم - بدعوى الترفيه - بعض الأسفاف والهوط.

(١٨) الثقافة ومستقبل الشباب، مرجع سابق، ص ١٢١، ١٢٢ (يتصرف)

ولكن إطلاق مصطلح «الإعلام التربوي» ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة يمكن أن يكون أقرب إلى الصواب وأكثر فائدة للعملية التربوية، وخاصة أن أجهزة الإعلام، وهي مؤسسة اجتماعية، لها من الحقوق ما لأية مؤسسة أخرى: تسعى للبقاء والقوة والتكيف من خلال اكتمال أدائها الوظيفي كوحدة هي النظام الثقافي المتكامل في المجتمع.^(١٩)

من هنا فإن عليها أيضًا واجبات ينبغي لها أن تقوم بها، غير أن تلك الواجبات - مهما اتسعت - فلا ينبغي لها أن تحول وسائل الإعلام عن وظائفها التقليدية كالإعلام والترفيه والتثقيف، إلى رسالة جديدة هي التربية والتعليم. وعلى هذا فيجب عدم النطوع إلى استخدامها استخدامًا مباشرًا، وحتى لو أمكن حدوث ذلك فإن النتائج لن تكون طيبة بالنظر إلى العروق الجوهرية بين المدرسة بوصفها نظامًا تربويًا مؤسسيًا ووسائل الإعلام بما فيها من كفايات متفاوتة القدرات، وما لها من أساليب وتقنيات خاصة بها.

فالتربية الإعلامية لا يمكن أن تتم بشكل مقصود ومباشر، وإنما يمكن أن تتم من خلال بث القيم التربوية والأخلاقية في محتوى الرسالة الإعلامية، بحيث يكون تأثيرها في المتلقي متدرجًا وغير مباشر حتى يؤتى بشماره.

ومن المفترض أن وسائل الإعلام تبتعد عن تقديم تربية وتعليم بشكل مقصود ونازكة ذلك لوسائل الإعلام التربوية المتخصصة، وهذا الافتراض يقود إلى تحسس المحتوى العادي لوسائل الإعلام العامة، فإذا كان هذا المحتوى مقدمًا في إطار ملتزم بأهداف التربية في المجتمع وقيمه الحلقية جاز عند هذا النوع من الإعلام. «إعلامًا تربويًا»، أما إذا كان المحتوى الذي غالبًا ما يهدف إلى الترويح والترفيه أو الإثارة، لاعتبارات تتعلق بأهداف كل مؤسسة على حدة خلوا من أي التزام تربوي أو قيمى أخلاقى، أصبح ذلك النوع من الإعلام إعلامًا غير

(١٩) طالع: مير العرسى سرحك في اجتماعيات التربية، القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٣م

تربوي، أو إعلامًا غير مربٍّ، بل إنه قد يصح بهذا الشكل خطرًا على العملية التربوية ذاتها.^(٢٠)

هذا، ولم يعد موضوع التربية اليوم في إطارها الاجتماعي هو المادة الدراسية أو التراث الثقافي فقط، كما نراها للتربية التقليدية، وليس التلميذ العزلة فقط كما ذهبت إليه التربية التقدمية، وإنما موضوعها هو هذا المتعلم في مجتمع معين، يعيش عصرًا معينًا، له خصائص معيشية وثقافية واجتماعية، أو بمعنى آخر، فإن التربية ليست عملية فردية، وإنما هي عملية تاريخية ثقافية اقتصادية واجتماعية في آن واحد، تقف بأقدامها على أرض الحاضر وتتطلع بأنظارها إلى المستقبل.^(٢١)

والإعلام بشارك المؤسسات التربوية المختلفة في المجتمع كالأُسرة وجماعة الأقران في تحقيق أهداف التربية التي نصب في شخصية الفرد لبنائها بناءً شاملاً متكاملًا، والتي يتجاوز تحقيقها للمدرسة كمؤسسة تربوية نظامية.^(٢٢)

القيمة التربوية لوسائل الإعلام،

من المعروف أن العملية التربوية تتم بطرق مقصودة، وأخرى غير مقصودة، وتدخل وسائل الإعلام في السطاح الأخير. ولكن هل تستطيع وسائل الإعلام اكتساب الجماهير اتجاهات جديدة، أو تعديل اتجاهاتهم القديمة؟

ويعني تعديل الاتجاهات القديمة أو اكتساب الاتجاهات الجديدة أنه يؤدي إلى تغيير في السلوك، وهذه وظيفة أساسية من وظائف التربية.

والإجابة عن هذا السؤال: نعم، ولكنها مشروطة بحس اختيار المادة الإعلامية وملاءمتها للجمهور المستقبل، وتقديمها له في ظروف مناسبة وقد

(٢٠) الإعلام التربوي في البلاد العربية، مرجع سابق، ص ٦٢.

(٢١) محمد عبد الهادي عيسى في أصول التربية: الأصول الفلسفية للتربية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٧م، ص ٢٩١.

(٢٢) سيكولوجية الإعلام بين التعبير والتحصيل، مرجع سابق، ص ٥٦.

أيدت الأبحاث هذه الإجابة وبيت قدرة وسائل الإعلام على اكتساب الجماهير اتجاهات جديدة، أو التعديل من اتجاهات تقليدية إذا ما وجهت وسائل الإعلام المختلفة نحو هذا الاتجاه.

وتريد حدة المادة التي تعرضها وسائل الإعلام من قدرتها على اكتساب الاتجاهات الجديدة للجماهير، كذلك تؤثر خبرة الشخص بالموضوع المعروض في وسائل الإعلام على كسب الاتجاه المطلوب، فكلما قلت خبرته بالموضوع زاد احتمال اكتسابه للاتجاه المعروض في هذا الموضوع سواء أكان عرضه تلميحاً أو تصريحاً، وقد دفعت هذه الحقيقة خبراء وسائل الإعلام إلى البحث في آثار هذه الوسائل على الأطفال والناشئين قليلي الخبرة، وإلى إجراء دراسات واسعة في هذا المجال وظهر في إحدى هذه الدراسات أن الأطفال والناشئين يتأثرون بالقيم الاجتماعية التي تعرض لهم على شاشة السينما، ومما يهبط بالقيم التربوية التي تعرضها وسائل الإعلام أن يكون عرضها لخدمة غرض كسب مادي أو نفع اقتصادي أو دعابة أو إعلان لرواج قيمة معينة.. إلخ على حساب التربية نفسها.^(٢٢)

فقد أبدى أحد الباحثين في بريطانيا خوفه من بعض برامج التلفزيون على بعض القيم الاجتماعية المرغوبة معللاً ذلك بقوله: إن بعض برامج الدراما تدور معظم حوادثها في بيئة الطبقة فوق المتوسطة في المدينة وتستعرض أفراد هذه الطبقة على أنها جذيرة بالاعتبار، بينما تقدم الأعمال اليدوية على أنها مستوى أقل، وكذلك تعرض هذه البرامج الثقة بالذات والحشونة في المعاملة على أنهما لازمان للنجاح في الحياة العملية، وتصور التسامح على أنه خلق غير مرغوب فيه، وتصور الحياة صعبة وخاصة بالنسبة للسيدات، وتعرض الفضيلة على أنها قليلاً ما تكون طريقاً للسعادة، والعنف جزء ضروري من الحياة يلجأ إليه الطيبون

ولا تقتصر وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع من حيث التوجيه على اكتساب اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة، بل تعمل أيضاً على تثبيت

(٢٢) البرامج التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ٢٢ (تصرف).

الاتجاهات التقليدية المرغوبة، فكما أننا نريد أن نعدل من الاتجاهات التي تحمض مكانة العامل أو الصلاح من حيث القيمة الاجتماعية إلى اتجاه يحترم الفرد مهما كانت وظيفته أو العمل الذي يؤديه لخدمة المجتمع، كذلك نريد تثبيت قيمة الاتجاه نحو مساعدة الضعيف لأنه اتجاه وقيمة لا بد من إبقائها، ويكون التثبيت عن طريقين:

الأول. تأكيد هذه الاتجاهات - والقيم - بتكرارها مصممة أو صريحة تكررًا يبدو طبيعيًا، أي تقدم وسائل الإعلام مادة إعلامية في صلبها تمجيد لاتجاه قائم.

الثاني: نشر الانحرافات الشائرة عن العرف أو الاتجاه المرغوب واستنكارها، وقد يبدو هذا الطريق غريبًا، ولكنها الحقيقة، فالانحرافات عن الاتجاه القائم قد يكون مقبولاً بين الشخص ونفسه، فإذا ما نشرت وسائل الإعلام هذا الانحراف على مستوى الجماهير اضطر هذا الشخص إلى اتخاذ قرار مهم: إما أن ينكر الانحراف وهو القرار الغالب وبذلك ينقص الاتجاه القائمة، أو يتمسك به وبذلك يعد من الخارجين على نظام المجتمع والمجموع، ولهذا الخروج خطورته عليه كفرد يعيش بين هذا المجموع. إذا فالدعوة إلى شيء هي توجيه الناس إليه، ولذلك تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الإعلام في الدعاية، وكلما اختلفت أيديولوجيات الأمم راد اهتمامها باستخدام هذه الوسائل لتعريف شعوب الدول الأخرى بفلسفتها، ووجهة نظرها في الواحى الداخلية والخارجية، واستغلت في ذلك وسائل مختلفة كالأفلام السينمائية الترفيهية والحاصة بالدعاية كالأفلام التسجيلية والمجلات الخاصة، ويعتبر هذا الأمر متعلقاً بفلسفة الدولة وكذا ثقافتها وأيديولوجيتها ومكانتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. إلخ بين مختلف الدول.^(٢٤)

(٢٤) البرامج التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ٣٣، ٣٤ (نصرف)

على أية حال هالك من المختصين من يقلل من قدرة وسائل الإعلام على إحداث هذا التأثير، وقد عبر عن هذا الاتجاه الدكتور «عبد الرحمن الشبيلي» بقوله: إن وسائل الإعلام قد لا تستطيع تغيير المعتقدات الموجودة لدى الإنسان إذا كانت قوية وثابتة، ولكن قد تدعمها وتقويها، فالإنسان لا يتعرض لوسائل الإعلام وهو عارٍ سيكولوجيًا من ثياب معتقداته وميوله التي أحدثتها بيئته^(٢٥)

في حين أن فئة أخرى منهم أكدت أن وسائل الإعلام قادرة فعلاً على تغيير اتجاهات الأفراد ومواقفهم، وتتفاوت هذه القدرة من التغيير البسيط إلى التحول الكامل، أو أنها تعمل كوسيط للتغيير، كما يمكن أن تعمل وسائل الإعلام على تعزيز وتثبيت مواقف واتجاهات الأفراد القائمة، وبمنظرة واقعية نجد أن هذا التأثير قد يحدث فعلاً لفئة محدودة من المجتمع، إلا أنه من غير المتوقع أن يحدث هذا التغيير بشكل سريع ومباشر، أو ما يفسر في مجال التأثير الإعلامي بـ «نظرية الحفنة»، والتي تلخص في أن (الرسالة الإعلامية التي تبثها وسيلة الإعلام تؤثر في المتلقي تأثيراً مباشراً كما لو أنه حقن بإبرة)، إلا في حالات محدودة تخضع لنفسية الفرد لحظة التلقي.^(٢٦)

مسئولية الإعلام التربوي

يستفيد الإنسان في الغالب من وسائل الإعلام بصفة عامة، ومن وسائل الإعلام التربوي بصفة خاصة، فعلى وسائل الإعلام تلقي مسئولية كبيرة في عملية تثقيف وإعداد المواطنين من مختلف الأعمار والمستويات العلمية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية. ومن المفروض أن تتبارى تلك الوسائل وتتنافس لنقل المادة الثرية من معارف ومعلومات وبرامج مختلفة ومتنوعة لتجذب انتباه واهتمام الكبار والصغار على مختلف مستوياتهم. كذلك تمارس تلك الوسائل - بعض

(٢٥) عبد الرحمن الشبيلي، تخصص الأطفال من محاضر البث التليفزيوني، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ١٩٩٥م

(٢٦) طالع ديس مكيول الإعلام وتأثيراته، ترجمة د. عثمان العربي، الرياض، دار الشبل، ١٩٩٢م

الوقت - نوعاً من الرقابة غير المباشرة على بعضها البعض مما يُساعد على إظهار الحقائق الموضوعية وبالتالي تُربى شعباً مثقماً واعياً

أما المسئولية الأكبر والأهم فتبقى ملقاة على عاتق الإعلام التربوي الموجه للصغار والتلاميذ، لأن التعليم الذي يعطى لهم في المؤسسات التعليمية وحتى في داخل نطاق أسرهم يبقى قاصراً عما لم تكمله تربية غير مباشرة من خلال الإعلام التربوي كالإذاعة والتليفزيون والصحف والمجلات والكتب والمحاضرات والندوات والمعسكرات . وحالياً الكمبيوتر والإنترنت شبكة الشبكات. فسرعة تقدم العلوم وتشعب أنواع المعارف قد وضعت البيت والمدرسة أمام استحالة مادية لمواكبة هذا التقدم وذاك التشعب

من هنا ظهرت الأهمية والضرورة الملحة لتدخل وسائل الإعلام بدوره التربوي في عملية تكملة وتدعيم دور البيت والمدرسة والجامعة أيضاً عن طريق التالي: ^(٢٧)

١ - توسيع المعلومات التي تعطى في المؤسسات التعليمية وتعميم كل ما لم يصل بعد إليهم من العلوم والمعارف، والتركيز على القيم والمهارات التي تعمل تلك المؤسسات جاهدة على غرسها في سلوك تلاميذها وطلابها، وتبيان علاقة كل ذلك بالحياة العملية.

إذ تبقى كل القيم والمهارات والمعارف التي تبشر بها المدرسة والبيت مواظب كلامية، ومعلومات نظرية لا تترجم إلى سلوك عملي، إذ لم تروج لها وسائل الإعلام التربوي، وإذا لم تهيب لها الظروف والمناخ والأرضية الملائمة لغرسها وتطبيقها في المجتمع، فما يقدم للطلاب بالمدرسة والبيت يثرى ويتأصل إذا كان يتواءم مع ما هو سائد في المجتمع، ويضمحل ويتزعزع إذا كان يسير بعكس ما هو سائد ومتعارف عليه

(٢٧) نماذج حصون مسئولية الإعلام التربوي، مجلة الفصيل، السعودية دار الفصيل الثقافية، نوفمبر ديسمبر ١٩٩٢م، المجلد: ٢٠٤، ص ٩٥ (مصرف).

٢ - يتحتم على وسائل الإعلام التربوي أن تستخدم كافة الوسائل والأساليب والطرق المتاحة كي تسجّع في تأصيل القيم والمهارات والمعارف في مؤسسات ومطامير المجتمع، حتى يتسنى لهذه الأخيرة مراجعة خططها وبرامجها وأهدافها ونشاطاتها باستمرار، وعلى ضوء التطورات والتجديدات وتكييفها مع معطيات العصر في إطار ثقافة وقيم ومعتقدات المجتمع الأصيلة. وبذلك تضمن لتلاميذنا وطلابنا وشبابنا عدم الوقوع في مهاوى الصراع والتناقض بين ما تبشر به المدرسة والبيت ووسائل الإعلام، وبين ما هو واقع معاش وممارس.

٣ - نريد أيضًا من الإعلام التربوي تقديم مادة عنية ثرية تحدث أثرًا إيجابيًا وتترك صدى قويًا بنفس الصغير والتلميذ والطالب والشاب تساعد على اكتشاف ما يملك من طاقات ومهارات، وتشعره بأن للوطن واجبًا وحقًا عليه يؤديه له من خلال عمله وإنتاجه وإبداهه.

٤ - نريد أيضًا من الإعلام التربوي أن يتحدث عن المسائل التربوية المهمة للصيغة بحياة المجتمع، كالحديث عن المشكلات التي يُعاني منها المجتمع بشكل موضوعي وجذاب ومثير للاهتمام، كالحديث عن مشكلة الهجرة إلى المدن الكبرى والتكدس فيها وما تجره من مشكلات اجتماعية وصحية واقتصادية تعكس آثارها الصارخة على المجتمع، أو الحديث عن الصعوبات التي يُعاني منها الملاح والعامل أو الحديث عن المهن والمدارس المهمة الزراعية والتجارية والصناعية وأهميتها في بناء المجتمع وتطويره، أو استعراض وتقييم برامج وخطط التدريب والتأهيل للعمال، والصبيان، وحاجة المجتمع الملحة للعنيين والمختصين البارعين الذين يحبون مههم ويخلصون لها ويشعرون بالحجل إن هم قصرُوا أو أهملُوا حيالها. أو الحديث عن العروع الدراسية والمناهج ومجالات التخصص،

وحاجة الوطن من كل نوع من أنواع تلك الاختصاصات، أو الحديث عن مدى جدوى الجامعات الأهلية أو المفتوحة، وإمكانية التعليم عن بُعد، أو الحديث عن المكتبات الموجودة وأنواع الكتب والمؤلفات والدوريات التي تفتنيها، أو الحديث عن أقسام الشرطة ومكاتب البريد والسجل المدني والمستشفيات، أو الحديث عن التأخر الدراسي والرسوب ومشكلات التسرب وأسباب ذلك وخطورته على الفرد والمجتمع.

إن هذا النوع من الإعلام التربوي، بعبارة، لأنه هو الخطوة الأولى نحو تربية مستمرة متصلة بأسباب الإيماء الاقتصادي والاجتماعي.

مشكلات الإعلام التربوي،

أولاً، المشكلات التي تتعلق بالتخطيط للإعلام التربوي وتمويله

تتصل المشكلات المتعلقة بالتخطيط للإعلام التربوي اتصالاً مطلقاً بمشكلات التخطيط التربوي، ومشكلات التخطيط الإعلامي، ونسبتي جميع هذه المشكلات من المفهوم الذي يتبناه المجتمع للتربية والإعلام. ففيما يتعلق بالإعلام يختلف الأساس الذي يقوم عليه التخطيط الإعلامي باختلاف النظرية التي يتبناها المجتمع في نظامه الإعلامي، كما يختلف الأساس أيضاً باختلاف أهداف خطط المجتمع التنموية، أو باختلاف نظام الحكم، وفيما يتعلق بالتربية يختلف الأساس الذي يقوم عليه التخطيط التربوي باختلاف مفهوم التربية، وفلسفتها السائدة، أو المرجوة، في المجتمع، ففي ظل المفهوم القديم للتربية تأثر التخطيط التربوي.

ويقع التخطيط للإعلام التربوي من التخطيط التربوي بمعناه الحالي موقعاً تعرضه طبيعة النظرة الجديدة إلى التربية بوصفها أداة للتنمية، تنمية الفرد وقدراته واستعداداته، وتنمية المجتمع سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، فهنا يقوم التخطيط

التربوي بدور المرشد بالنسبة لتحديد وظائف التربية، وفي تحديد أساط النظامية وغير النظامية.

وقد برزت مشكلة وضع الإعلام التربوي في التخطيط التربوي بشكل ملموس في المؤتمر الدولي للتخطيط التربوي الذي نظّمته اليونسكو في باريس من ٦ إلى ١٤ أغسطس عام ١٩٦٨م من القرن المنصرم، واشتركت فيه خمس وتسعون دولة، فقد اتضح من هذا المؤتمر أن هناك فجوة بين التربية خارج المدرسة والتخطيط وكان من العوامل التي تعوق التخطيط التربوي من تأدية دوره بفاعلية، تعدد الجهات المسئولة^(٢٨).

وقد أشار تقرير المؤتمر إلى مصر بصفة خاصة، حيث ذكر أن فيها ما لا يقل عن ١٧ وزارة أو مؤسسة عامة تعنى بالتربية إلى جانب وزارة التربية والتعليم وجامعة الأزهر ووزارة التعليم العالي، وأكد التقرير ضرورة وجود تنسيق بين مختلف هذه الجهات.^(٢٩)

من هنا يمكن استنتاج العلاقة بين الإعلام التربوي والتخطيط التربوي حيث يستبين أنها منتفية أو شكلية، هذا على الصعيد التربوي أما على الصعيد الإعلامي فإن المؤتمر الذي عقدته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم تحت اسم (اجتماع خبراء التخطيط الإعلامي في الوطن العربي) خلال مارس عام ١٩٧٩م من القرن الماضي، أسفر عن عدد كبير من التوصيات التي تكمل للإعلام التربوي مكاناً مرموقاً في التخطيط الإعلامي. فقد ركزت بحوث كثيرة من التي قدمت إلى الاجتماع على ضرورة أن يكون التخطيط الإعلامي ذا مفهوم واسع يغطي فلسفة المجتمع ويخدمها ويدعمها بعد أن كان مقصوراً على مستوى المؤسسات الإعلامية في صورة خطط إجرائية صغيرة أما فيما يتعلق بتمويل

(٢٨) الإعلام التربوي في البلاد العربية، مرجع سابق، ص ٦٢، ٦٣.

(٢٩) طالع* مصطفى رجب الإعلام التربوي في مصر، واقع ومشكلاته، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب،

١٩٨٩م

الإعلام التربوي، فإن المشكلات الملحوظة تبدو أكثر تعقداً في ظل غياب تنظيم مؤسسي لأجهزة الإعلام ذات الاهتمام التربوي، فإدارة البرامج التعليمية التليفزيونية لها اعتماداتها الخاصة من وزارة التربية والتعليم أو من جهاز التليفزيون، وجهاز التوثيق والإعلام التربوي له اعتماداته الخاصة من الاعتمادات المخصصة للمركز القومي للبحوث التربوية، وتمويل مجلات اليوسكو وغيرها من الجهات التي تصدر عنها كل مجلة. فغياب الإطار المؤسسي الذي يضم هذه الجهات المعنية بالإعلام التربوي يجعل عملية تمويل الإعلام التربوي عملية عشوائية خاضعة لعوامل شتى قد ينجم عنها تكرار أداء الخدمة الإعلامية نفسها من أكثر من جهة من دون علم الجهات الأخرى.

من العرض السابق يستخلص الدكتور مصطفى وجب، أهم المشكلات فيما يتصل بالتخطيط للإعلام التربوي وتمويله، وهي كالتالي: ^(٣١)

١ - يجب أن يكون للإعلام التربوي مكانة متميزة في المخططات التربوية، وهذا يكمل مجاً أكثر للمخططات التربوية.

٢ - يفتقر التخطيط التربوي في الدول العربية لبعد مهم يتصل بمفهوم التربية الحديثة، ويرتبط بأهداف التربية السائدة أو المرجوة، وهذا ينعكس على الإعلام التربوي.

٣ - يهتم التخطيط الإعلامي بالإعلام التربوي بمعنييه الواسع والضيق، ويجعل له حيزاً في المخططات الإعلامية كما يلوح في مؤتمر المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، غير أن التطبيق العملي لا يشير إلى تحقيق هذا الاهتمام في كثير من البلدان العربية.

٤ - يفتقر الإعلام التربوي العربي، فضلاً عن وجود خطة شاملة له، إلى نظام متكامل يجمع الأجهزة والجهات المعنية به كافة في مؤسسة واحدة تخطط له وتتابع تنفيذه.

(٣١) الإعلام التربوي في البلاد العربية، مرجع سابق، ص ٦٢.

٥ - تعمل الحطط التنموية القومية جانب الإعلام التربوى مع أهميته فى توعية الجماهير بأهداف تلك الحطط ودورها فى تنفيذها.

ثانيًا المشكلات التى تتعلق بالواجبات التربوية لوسائل الإعلام.

كما يستخلص الدكتور «مصطفى رجب» بعض المشكلات التى تتعلق بالواجبات التربوية لوسائل الإعلام، وهى:

١ - عدم وضوح السياسة الإعلامية بوجه عام

٢ - افتقار وسائل الإعلام إلى الالتزام التربوى بمعناه الأخلاقى فى أدائها لوظائفها العامة.

٣ - توجد فجوة بين النصوص الدستورية والقانونية واللوائح المهنية التى تنظم أخلاقيات العمل الإعلامى من جهة، والتطبيق أو الواقع الفعلى لتلك الوسائل من جهة أخرى.

٤ - من المحتمل أن تكون هناك مشكلات تتعلق بمصادر المعلومات التربوية التى تحصل منها وسائل الإعلام على مادتها الإعلامية مما يؤدى إلى الاضطراب والتناقض.

٥ - تختلف أشكال الرقابة على وسائل الإعلام سواء أكانت رقابة مباشرة أم غير مباشرة، وقد تكون لها نتائج سلبية فيما يتصل بحرية العمل الإعلامى.

٦ - يميل النمط العام للرقابة على وسائل الإعلام فى معظم الدول العربية إلى الجانب السياسى المتمثل فى التعبير عمّا يوافق نظام الحكم، بينما تتضاءل حتى الاحتفاء أية جوانب رقابية أخرى كالجوانب الأخلاقية والموضوعية.

٧ - من المتوقع أن يكون لبعض الأوصاع المهنية داخل المؤسسة الإعلامية أثر فى محتوى وسائل الإعلام.

٨ - أثبتت الدراسات وجود محتوى علمي في وسائل الإعلام يمكن استخدامه في التدريس داخل الفصل وخارجه، ومع ذلك فإن تلك الدراسات لم تلتفت إلى التأثيرات الجانبية التي قد تنجم عن استخدام ذلك المحتوى، مثل، التأثيرات التي تحدث نتيجة الالتفات إلى بقية محتوى بعض الوسائل كالمجلات، وبعبارة أوضح هل يمكن أن تكون المجلات العامة مصدرًا للتربية والتعليم من ناحية محتواها مع ضمان عدم تعارض بقية النواحي مع هذه الناحية.

لذلك، المشكلات التي تتعلق بالتليفزيون التربوي:

١ - عدم وجود تنسيق بين تجربة التليفزيون التربوي في الدول العربية والتجارب العربية المماثلة.

٢ - عدم وجود خطة متكاملة للبرامج التعليمية في الإذاعة والتليفزيون ذات مراحل متتابعة وفقًا لأهداف محددة.

٣ - قلة البحوث والدراسات التي ترمي إلى توفير تجربة البرامج التعليمية في مؤسسات التلفزة العربية بالموازنة بمثيلاتها في دول أخرى، مما يجعل عملية الاستمرار في تقديم هذه البرامج من دون قياس نتائجها أمرًا خطيرًا.

٤ - تحتاج البرامج التعليمية للتليفزيونية إلى جهة موحدة لتمويلها بدلاً من وجود أكثر من جهة ممولة وبأكثر من أسلوب.

٥ - البرامج التثقيفية التربوية للجماهير ضعيفة بالقياس إلى البرامج الترفيهية التجارية، كما قد لا يكون بينهما تصارب في الأهداف، وتتنصر في النهاية البرامج الترفيهية لاعتبارات كثيرة.

الفصل الثالث

وسائل الإعلام وقضية تدهور اللغة العربية

وسائل الاتصال والإعلام واللغة:

إذا كان الإنسان في الماضي يتصل بأفراد في محيطه الذي يعيش فيه، ويحتلظ بهم في وقت لقاء معهم، وفي أماكن خاصة أو مرافق عامة يرتادونها أو يردون إليها ولا يتجاوز ذلك، فإنه في الحاضر يستطيع أن يلتقي بمن يشاركه في اللغة متى شاء، ويتصل بعثات هو يريد التحدث إليها كلما أراد، إن لم يقصدهم قصدوه، وإن لم يطرق أبوابهم طرقوا بابه.

لقد تم اختراع الحاكى (الجرامفون) وجهاز تسجيل الصوت والمذياع (الراديو) والتلماز (التليفزيون) والفيديو والسيما والتليفون المرئي ثم الحاسوب (الكمبيوتر) بكل أشكاله وأنواعه، وهذه كلها أدوات تصل الإنسان بالإنسان عن بعد وعن قرب، بل يمكن اعتبار جميع الأجهزة والأدوات السمعية والبصرية التي اخترعها الإنسان حتى وقتنا الحاضر ومن ضمنها وسائل الإعلام الداحلى والخارجى (أجهزة الاتصال عبر الأقمار الاصطناعية وعبر شبكة الإنترنت) وأجهزة التعليم والتقنيات التربوية والإلكترونية الحديثة كلها وسائل للاتصال والتعامل والاختلاط الاجتماعى غير المباشر.^(١)

عن طريق الأجهزة والأدوات المذكورة يتخاطب الأفراد والجماعات ويتبادلون الآراء والخبرات وينقل بعضهم إلى البعض الآخر المعارف والأفكار، وتلتقى ألسنتهم وعقولهم وثقافتاتهم وحضاراتهم على اختلافها وتباعد أماكنهم، وبواسطة الشاشة التليفزيونية أو الإلكترونية الصغيرة أو الشاشة السينمائية الكبيرة مثلاً يرى ويسمع الإنسان مجموعات من أبناء جنسه ويتفاعل معهم. يفعل ويتجاوب ويتأثر بما يقولون أو ما يفعلون، وإن لم يشاهدهم أو يحتلظ بهم حقيقة، وإذا لم يكن هناك تحاور فعلى وفورى من الطرفين بالنسبة للتليفزيون والفيديو

(١) أحمد محمد المعنوق، المحصلة اللغوية، أهميتها، مصادرها، وسائل تمييزها، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والعون والأدب، أغسطس ١٩٩٦م، عالم المعرفة، العدد ٢١٢، ص ٨٦، ٨٧ (يتصرف)

والميديو ديسك والراديو والجرافون فإن التماور الفعلي الفوري يمكن أن يحصل عن طريق التليفون العادي والتليفون الرائي والهاتف التعليمي.^{١١} والشاشة الإلكترونية أيضاً من خلال الإنترنت، وهكذا فإن الاختلاط الاجتماعي يحدث بشكل أو بآخر بواسطة هذه الأدوات، ومن خلال هذا الاختلاط يكتسب الإنسان من أبنائه جنسه ومن غيرهم المعارف والعنود، كما يكتسب الصيغ والألفاظ والتراكيب ويطور مهاراته اللغوية عامة.

يلتقى الإنسان عن طريق هذه الأجهزة بغيره أو بقائه متميزة من أبنائه قومه، ويسمع حوارهم، ويصغي لأحاديثهم متى طلب أو متى رغب، فيلتقط ذممه، وتحزن ذاكرته من تراكيبهم وألفاظهم قدر أصغائه إليهم وبمقدار ما يمثلك من فطنة وذكاء ومقدرة على الربط والتمييز والحفظ وعلى المحاكاة والتقليد، ثم على مقدار ما يتمتع به المتحدثون أنفسهم من فصاحة وطلاقة في التفكير والتعبير، ومالديهم من قدرة على التوصيل والتفريق، وما يصاحب سياق كلامهم من شرح وتفسير وتصوير تجسد به عباراتهم فتجعلها قريبة من النفوس عالقة في الأذهان.

ومع أن الإنسان لا يتصل بأبنائه جنسه عن طريق هذه الأجهزة اتصالاً مباشراً، ولا يكتسب ألفاظ اللغة مثلما يكتسبها الناس عن طريق اختلاطهم بهم وملاقاتهم لهم وجهاً لوجه، أو لا يسمع إلا أصواتاً تتردد دون أن تستجيب، وألسنة تنطق ولا تتماور، ولا يجد في الغالب مجالاً للرد ولا نصيباً من الحوار، ولا يمارس ما يكتسبه من ألفاظ وصيغ وعبارات بالقدر الذي يكفل له استقرارها في ذاكرته، هذا إذا ما استثنينا ما يمارسه من مخاطبة محدود خلال جهازي التليفون العادي

(٢) قامت بعض المدارس الحديثة في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عدد من دول الخليج أيضاً، ومنها المملكة العربية السعودية والكويت باستخدام الهاتف في عملية التعليم ومساعدة الطلاب الذين لا تسمع ظروفهم بالذهاب إلى المدرسة.

(طالع مصباح الحاج عيسى استخدام الهاتف والشاشة الإلكترونية في التعليم عن بعد في دول الخليج العربية، المجلة العربية لبحوث التعليم العالي، دمشق - المركز العربي لبحوث التعليم العالي، ذو القعدة ١٤٠٧ هـ - يوليو/تموز ١٩٨٧ م، ص ٥١)

والتليفون التليفزيونى. مع كل ذلك فإن لهذه الأجهزة فى عصرنا الحاضر، الدور الكبير فى عملية اكتساب المفردات والتراكيب والصيغ، وفى تعلم المهارات اللغوية عامة.

يصل بعض هذه الأجهزة، إن لم يكن أغلبها، إلى الكل من البشر، ويأتى إليها الجميع، بل لا يكاد يكون لأحد فى يومنا الحاضر عنها أو عن بعضها عنى، ولربما حل بعض منها بين طائفة من الناس محل القرين الذى لا يكاد يفارق أو يستعد، وهكذا فإن اتصال الإنسان المعاصر بأفراد مجتمعه عن طريق هذه الأجهزة يبدو فى تزايد مستمر، حتى ليكاد اتصاله عن طريق بعضها بأبناء جسده يطمس فى كثير من نواحي حياته على اتصاله المباشر بهم وفى ذلك كله ما يكسب هذه الأدوات قدرًا كبيرًا من الأهمية والقوة فى عملية اكتساب اللغة ويجعلها فى الوقت نفسه أدوات لا تخلو من الخطورة.^(٣)

يقول «مصطفى مندور»: يلحظ اللغويون عودة القيادة المؤثرة إلى اللفظ المنطوق، وذلك منذ عرف الإنسان أجهزة الاتصال الكونى كالتليفون والراديو وأجهزة الإعلام المماثلة. ومن جديد يقف الإنسان متوجسًا أمام الطاقة التى تمتلكها تلك الأجهزة لتحويل أحاسيس الناس، بل ولتحويل مواقفهم السلبية إلى طاقات إيجابية - بانية أو مخربة.^(٤)

لقد مكنت وسائل الاتصال هذه لفظو اللغة وأصبح الإنسان يستمتع من خلالها إلى جلجلة الكلمة نهز حياته هزًا وتعد بمعناها بقوة إلى وجدانه، وفى ذلك ما يوجب الحذر، ويدعو إلى تحليل الدور الذى تقوم به هذه الأجهزة فى توصيل اللغة، بغية التعرف على ما لها من إيجابيات فى تلقين اللغة أو فى نشرها، وما قد يشأ أو يطرأ من آثار سلبية على اللغة من جراء سوء استخدامها، ومن ثم السعى

(٣) الحصيلة اللغوية، مرجع سابق، ص ٨٧، ٨٨ (بصرف).

(٤) مصطفى مندور اللغة بين العقل والمفارقة الإسكندرية. منشأة المعارف، ١٩٧٤م، ص ٣٧، ٣٨.

لتطوير الإيجابيات والنظر فيما يمكن أن يعمل لتعادي الآثار السلبية، وبعبارة أخرى البحث عما يمكن أن يسهل نفاذ اللعبة خلال هذه الأجهزة ويغنى حصيلة الجمهور من مفرداتها وصيغها وتراكيبها وأصاليها، وعمّا يمكن أن يجعل من اللعبة النافذة من خلال هذه الأجهزة أيضًا قوة إيجابية فاعلة تمكن أهلها من بناء صرح حضارى أصيل ثابت وراسخ.

إن أجهزة الاتصال بالمعنى العام تشمل كل ما يتخذ لإرسال واستقبال الرسائل والمعلومات والخبرات عبر مسافات بواسطة الإشارة الصوتية والصوتية، غير أن من هذه الأجهزة ما هو محدود الفاعلية كأداة للاتصال، إما لخصوصيته ومحدودية انتشاره، كالتليفون التليفزيونى أو التليفون التعليمى والجرامفون (الحاكي) Gramophone مثلاً، ولأنه قليل العدد سبباً، محدود الأدوار، وأن نسبة انتشاره وفعالته تختلف بين بلد وآخر، وإن الاستفادة ممّا يقدم من خلاله تقتضى توقّفاً محكّماً وسباقاً رسمياً معيناً، كالسينما والشاشة الالكترونية الكبيرة، أو أن أثره فى التعليم وهى تلقين اللعبة - على الأحص - محدود، كالتليفون العادى، أو لأن استعماله محدود بأعراض معينة ويسخر لخدمة أجهزة أخرى مثل: جهاز التسجيل، أو أنه صامت أو ناطق بغير لغة الألفاظ، كآلة التصوير (الكاميرا).^(٥)

ومن هذه الأجهزة ما هو واسع الانتشار، كبير الأثر، متعدد الأدوار، كثير الفاعلية، ويحتل قاعدة جماهيرية واسعة، كالتليفزيون بدائياته المفتوحة والمعلقة^(٦) والمذياع وربما جهاز الفيديو والكمبيوتر والإنترنت أيضاً.

(٥) الحصيلة السنوية، مرجع سابق، ص ٨٩، ٩٠.

(٦) يقصد بالدائرة التليفزيونية المعلقة، الشبكة أو الدائرة التى تنص فئة معينة من المتلفين معروفة سلفاً ومحددة بدقة، كالدائرة التى تخصص لمدرسة أو لعدد من المدارس، ويسمى من خلالها بث برامج تعليمية خاصة إلى الطلاب، أو إلى مجموعة أو مجموعات منهم وتوجد فى جامعة الملك سعود والجامعات المتطورة الأخرى عدة دوائر تليفزيونية معلقة مخصصة لبرامج تعليمية مختلفة، وتشرف عليها مراكز فنية تقنية خاصة (طالع مصطفى بن محمد عيسى قلاته المدخل إلى التثنيات الحديثة فى الاتصال والتعليم، الرياض - جامعة الملك سعود، ١٩٩٢م، ص ٢٩٧).

جوانب قصور وسائل الاتصال والإعلام في تنمية اللغة:

١ - قد تكون اللغة المستخدمة من خلال أجهزة الاتصال والإعلام لغة مبسطة، وربما كانت عامية فقيرة، ضعيفة المستوى^(٧)، لأن هذه الأجهزة (باستثناء التليزيون التعليمي) أجهزة إعلامية بالدرجة الأولى، تهدف إلى إيصال الخبر والإعلان الرسمي، والمعلومة السياسية والثقافية الخفيفة والسريعة، هذا بالإضافة إلى كونها ترفيهية عامة تهدف إلى الامتاع والتسلية. وهي كبقية الوسائل الإعلامية الأخرى تخاطب الجمهور بكل فئاته ومستوياته، وربما تدعى أنها مضطرة لأن تجعل لغتها مسطحة مأثومة لدى هذا الجمهور ليمهمها كل أفرادهم: المثقف وغير المثقف، المتعلم والامّي، الخاص والعام، الكبير والصغير، وبذلك تتمكن من تحقيق الأهداف التي وصفت من أجلها، فلو ارتقت بمستوى لغتها فلربما عجز الكثيرون من ذوى المستويات اللغوية أو الثقافية البسيطة عن إدراك واستيعاب ما تقدمه من مواد وموضوعات، إذاً فمستوى اللغة من حيث المفردات والصيغ وعددتها ونوعيتها، أن يكون أقل مما يحتاج إليه المثقف الطامع للمشاركة في عملية الإبداع، والإنتاج بفاعلية جيدة.

والبعض يريد لنا أن نصمت عن لغتنا الفصحى، وذلك بإشاعة اللهجات العامية المحلية في وسائل إعلامها من إذاعة وتليزيون بل وصحافة أيضاً^(٨) إن التصحية باستخدام العربية الفصحى في وسائل إعلامنا تعنى نصف إحدى الدعامات القليلة الباقية في وحدتنا الثقافية. وما يجب علينا أن نفعله هو العكس تماماً. ونقصد بذلك استخدام وسائل الإعلام لتسهيل استخدام الفصحى في حياتنا اليومية. إن الإعلام داخل مجتمعاتنا العربية يمكن أن

(٧) طالع سمر روى الفيصل تنمية ثقافة الطفل العربي، سلسلة الدراسات العلمية الموسمية المتخصصة (٩)،

الكويت: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، ١٩٨٨م، ص ١٦٠، ١٦٥.

(٨) وقد تسلك بالفعل العامة إلى إعلانات بعض الصحف المصرية، تقليدًا ومحاكاة لإعلانات التليزيون المصري.

يقوم بدور «حصان طروادة» لتخليص العربية من ازدواجية الفصحى والعامية، يتطلب ذلك خطة مدروسة متدرجة المراحل، يشترك في وضعها الكتاب واللغويون والتربويون وعلماء النفس، فلم يعد مقبولا أن يظل نردد أن عامة الجماهير لا تقبل من الفصحى إلا الكتب السماوية، فكيف إذا طابت لهذه الجماهير - بسليقتها العفوية - روعة شعر «إبراهيم ناجي» في رائعته «الأطلال» التي تعبت بها كوكب الشرق السيدة «أم كلثوم»، وكيف تقبلت هذه الجماهير أيضًا روائع أمير الشعراء «أحمد شوقي» التي تعمى بها الموسيقى الكبير محمد عبد الوهاب»^{١١}

وكيف استساغت هذه الجماهير أيضًا روائع الشاعر الرائع «نزار قباني»، واستأنست مجازة الشعرى، منطلقًا مع هذا الشعر الفجري المجنون المسافر في كل الدنيا؟ إن علينا من أجل علاج مشكلة ازدواجية العربية أن نلجأ إلى جميع الوسائل الممكنة: القصيدة والأغنية والأقوال المأثورة والأساطير الشعبية والمسرحيات الشعرية، بل الشعائر الدينية أيضًا.

ولابد أن يؤمن إعلامنا العربي بشعار «ابدأ بنفسك» إن أراد حقًا أن يكون أداة فعالة لاصلاح اللغوى ولتكن البداية في التصدي لما يشكو منه كثير من الإعلاميين من نقص المصطلحات اللازمة لتغطية المفاهيم الجديدة التي يتوالى ظهورها بمعدل شبه يومي. والإعلام بحكم متابعته المورية للأحداث، سباق إلى تناول هذه المفاهيم، وبالتالي تقع عليه مسئولية إشاعة مصطلحاتها بصورة سليمة، وعليه في ذلك أن يتحاشى اللجوء إلى كلمات لا تتسم بالدقة، مما يشوه المفهوم المقصود بالمصطلح الأجنبي، بل يؤدي أحيانًا إلى زرع مفاهيم خاطئة.^(٩)

يمكن أيضًا استخدام اللغة كميزة تنافسية في مجال الإعلام، فلقد قيل إن الإنتاج الإعلامي المرئي والسمعي تحميه اللغة، خاصة بالنسبة لجمهور لا

(٩) الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٢٨٠

يعرف معظمه اللغات الأجنبية، وكما وقفت اليابانية بجانب الإنتاج السينمائي والتليفزيوني الياباني، ووقفت الأسبانية بجانب هذا الإنتاج في البرازيل والمكسيك، يمكن للعربية - أيضًا - أن تحافظ على كونها ميزة تنافسية في مجال صناعة الثقافة لا تقدر بثمن، نظرًا إلى الجمهور العريض الذي تحاطبه.^(١٠)

٢ - من الملاحظ أن طائفة كبيرة من العبارات والصيغ والتراكيب اللغوية كثيرًا ما تتكرر في لغة هذه الأجهزة الإعلامية وخاصة في البرامج الثابتة مثل: مشرة الأخبار، ما يطلبه المستمعون أو المشاهدون، وعدد غير قليل من البرامج الرياضية والترفيهية التليفزيونية المألوفة في العالم العربي. كما أن بعضًا آخر من البرامج تتكرر فيها مجموعات كبيرة من المفردات لتشابه الموضوعات، أو تكون الكلمات والعبارات المستخدمة فيها قريبة من اللغة المألوفة أو الدارجة، ولا تُستبدل بها مرادفات لها جديدة فصيحة، ربما كان ذلك خوفًا من أن تكون غريبة صعبة الفهم على عامة المستمعين. وخلاصة القول إن نسبة مفردات اللغة وصيغها الجديدة التي يمكن أن يحصل عليها من يستخدم هذه الأجهزة هي الغالب تكون أقل من النسبة المطلوبة لتكوين طلاقة لغوية عالية.^(١١)

وقد تشمل محدودية اللغة وصيغ مداها حتى البرامج التليفزيونية التعليمية التي تهدف أساسًا إلى تطوير المهارات اللغوية، فقد أخذ على المسلسل العربي «المسائل» أنه يربط تعليمه للقراءة والذي يعتبر هدفه الأول، بالطبخ والموسيقى وسوا ذلك مما لا يتسجم مع التطلعات المنوطة بالتربية والتعليم في البلاد العربية، بحجة أن في ذلك ما هو أقرب إلى اهتمامات الأطفال، وأن المسلسل مقصور على تعليم القراءة وحسب.^(١٢)

(١٠) المرجع السابق، ص ٣٧٩

(١١) المحصلة اللغوية، مرجع سابق، ص ٩٤

(١٢) يحيى عبد الرؤوف جبر - مسلسل الناهل مقدمات ونتائج، رسالة الطليح العربي، العدد ٤٣، ١٩٩٠م، ص ٧١.

٣ - يتلقن الفرد من خلال هذه الأجهزة الكثير من المعاني والألغاز والصيغ الدالة عليها، ولكنه لا يمارس ما يتلقنه أو يتلقاه منها ممارسة فعلية مباشرة، لأنه لا يتجاوز أن يكون متلقيًا متصيًا صامتًا، وأن الحديث خلال هذه الأجهزة من جانب واحد.^(١٣)

وهذا ما يجعل عددًا من الماذج والمفردات اللغوية التي يستفيد منها المتلقي من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من برامج عرضة للنسيان أو الاختفاء. وبناء على هذا التقدير فإن المحصول اللغوي المستعاد من خلال هذه الوسائل أو الأجهزة ربما يكون قليل الفعالية أو محدودها.

٤ - قد تستحوذ المشاهد والصور المتحركة التي تعرض على شاشة التليفزيون أو جهاز الفيديو أو برامج الكمبيوتر والإنترنت على لب الناشئ وعقله وتشدّه إليها، بما تحويه من صور ملونة مبهجة ومناظر متحركة أحاذة ومشاهد مثيرة وما يرافق هذه الصور والمناظر والمشاهد عادة من أصوات جميلة يتفاعل معها بشدة، ونتيجة لهذا التفاعل يعمل الناشئ عن متابعة ما يرد في سياق الكلام المنقول عبر هذه الأجهزة من مفردات لغوية ومعاني جديدة فلا يكتسب منها إلا اليسير.^(١٤)

(١٣) من السبلات التي نسبت للوسائل السمعية والبصرية عامة والتليفزيون خاصة عدم تمكين المشاهد من القيام بأي ردة فعل أمام مصوون البرامج، وإن طابع الرتبة الذي تسم به بعض هذه الأجهزة وسوء الكثير من البرامج التي تقدم من خلال هذه الوسائل يعد من الأسباب التي تدفع المشاهد إلى السلبية وعدم التفاعل، لذلك كان من المهم البحث عن أنظمة جديدة تعيد للمشاهد حقه في التعبير وتدفعه إلى التجاوب والتفاعل المستمر وتجعل القدرات الخلاقية مشتركة وذلك بالاستناد إلى عدد من المستجدات التقنية الحديثة من التجديد المتواصل في نوعية البرامج بالإضافة إلى العمل على تربية المشاهد وتوجيهه لكي ينفذ مع الوسائل المذكورة.

(طالع، فابريز الوسائل السمعية البصرية أداة للعمل الثقافي، التنمية الثقافية، تجارب تعليمية، تأليف مجموعة من خبراء اليوسكوف، ترجمة. سليم مكسور، مراجعة. عبد وازن، ط١، بيروت. المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٨٢، ص ٤٠٥ وما بعدها)

(١٤) الحصيلة اللغوية، مرجع سابق، ص ٩٥ (بصرف).

٥ - الأغاني والألحان الموسيقية التي يسمعها الإنسان، سواء عبر الراديو أو التليفزيون أو عبر أفلام الفيديو العنائية أو اسطوانات الـ C.D الخاصة بالكمبيوتر وكذلك الإنترنت، هذه قد تكون لها أثرها الكبير في امتاعه وتهذيب دوقه أو شحذ مواهبه الفنية، ولكنها قد تكون ذات أثر سلبي عليه أيضًا، أو تكون عديمة التأثير من الناحية اللغوية، سيما إذا كانت كلمات الأغاني سيئة المستوى علمية أو مبتدلة، لا تشكل إضافات للحصيلة اللغوية، كما هو الحال بالنسبة لبعض الأغاني العربية التي تقدم من خلال هذه الأجهزة. (١١) وخاصة الآن فيما يعرف بأغاني «الفيديو كليب» التي تبث عبر قنوات فضائية عربية متخصصة وغير متخصصة.

هذا بالإضافة إلى أن هذه الأغاني والألحان قد تستهوي السامع فيلذ له الدندنة والترنم بها وترديدها، مما يلبيه عن متابعة فقرات أخرى، أو يصرفه عن القيام بششاطات أخرى قد تعود عليه بفوائد لغوية أكثر من حيث الكم والتنوع، وبذلك تصبح مهمة هذه الأجهزة بالنسبة له هي الامتناع بالدرجة الأولى.

٦ - إن انشداد المشاهد للمناظر والحلقات والأفلام التليفزيونية المثيرة قد يصرفه عن المحالطة والحديث مع الغير، ويحرمه بصورة عامة من الاتصال الاجتماعي الفعلي المباشر، سواء مع أفراد أسرته، أو مع أصدقائه وزملائه، ومن ثم يحرمه مما يمكن أن يعود عليه من هذا الاتصال من محصول لغوي ربما يكون أكثر إيجابية مما يكتسبه من خلال الأجهزة الإعلامية، لتوافر عنصر الممارسة والمقايضة اللغوية فيها، وهذا الاحتمال يرداد إذا كان المستخدم لهذه الأجهزة ناشئًا، لا يمتلك كامل إرادته، ولا تتوافر الرقابة الكافية على تصرفاته، ولم تكن أعماله تخضع لجدول معين مرسوم من قبل الأبوين، أو من قبل من يتولون رعايته على وجه العموم. (١٢)

(١٥) طالع إبراهيم إمام الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط٢، بيروت: دار الفكر العربي، ١٩٨٥م، ص ٢٤٢، ٢٤٣

(١٦) الحصيلة اللغوية، مرجع سابق، ص ٩٦ (يصرف).

٧ - يقدم من خلال التلفزيون ومحطاته الأرضية والمضائية على سبيل المثال عدد من البرامج والأفلام الأجنبية والمسرحيات، وكثيراً ما تجتذب هذه البرامج والأفلام المشاهد، لحسن إخراجها، وجمال مشاهداتها، فتخلق لديه نوعاً من الانبهار، وتجعله يأنس إليها، ويستمر في مشاهدتها، ولذلك مساوئ ومحاسن، إذ أن متابعة الناسء لمثل هذه البرامج والأفلام قد تعرفه على اللغة الأجنبية أو تعينه على تنمية مهاراته اللغوية، وهذا في حد ذاته مكسب جيد فاع لمص قصد تعلم هذه اللغة، غير أن هذه المتابعة قد تؤدي أيضاً إلى تسرب مجموعة كبيرة من ألقاظ وصيغ وعبارات هذه اللغة الأجنبية إلى لعتة الأصلية، وبذلك تعرضه مع مرور الوقت والرمز لحظر الحلط والتداخل اللعوى أو الازدواجية اللعوية، وبالتالي فإن التلفزيون عبر البرامج والأفلام والمسرحيات الأجنبية قد يؤدي إلى تقليص حصيلة الناسء من مفردات لغته بدلاً من أن يفيها، ويضعف قدرته على الإصاح في التعبير بها بدلاً من أن ينميها. (١٧)

٨ - كثرة المشاهدة للصور الصغيرة المتحركة على شاشة التلفزيون، أو من خلال شرائط الفيديو، أو على شاشة الكمبيوتر أو من خلال الإنترنت، أو حتى سينما الأطفال من شأنها أن ترحق الأعصاب البصرية وتعب العين، وربما تؤدي بالناسء في المستقبل إلى أن يجد صعوبة في القراءة، وبذلك تقلل فرص الاستفادة من مورد فكري ولغوي مهم.

تساءل الباحثة «ماري وين» في استنكار واستغراب عن التلفزيون في حياة الطفل فتقول: هل هذا تلفزيون حقيقة أم مخدرات؟ وتنتهي إلى أن التلفزيون مع ما يعود به على الطفل من فوائد، ومع ما له من إيجابيات بوجه عام هو أشبه بالمخدرات لأنه: «يسلب الطفل المشاهد إرادته ويعوده على

(١٧) المرجع السابق، ص ٩٦، ٩٧ (بصرف).

الاسترخاء العقلي، ويبعده عن التركيز، ويقتل من قدرته على المهيم، وهذه أمور لا تضيق عليه فرص تنمية لغته بحسب، وإنما تنعكس على تحصيله المدرسي والذي يحتاج إلى المهيم والتركيز واليقظة وحيوية المكر، وبالتالي فإنها تؤثر على تحصيله المعكرو وعلى نمو شخصيته.^(١٨)

٩ - تتسرب عبر وسائل الإعلام كالراديو والتلفزيون وأشرطة الفيديو وغيرها في كثير من الأحيان ألفاظ وعبارات وتراكيب لغوية غير سليمة في نطقها أو غير واضحة في تركيبها وصياغتها وتحتل بمفردات اللعبة، ويلتقطها أفراد الجمهور دون وعي منهم، وتشيع بينهم دون ادراك لعدم صلاحيتها أو سلامتها ويحدث ذلك في العادة نتيجة لسوء ترجمة بعض البرامج الإذاعية والتلفزيونية العربية، أو لتأثر بعض المذيعين بلغة أجنبية معينة أو بأخرى نتيجة لعدم وجود الكفاءة اللغوية لدى بعض آخر منهم، أو لعدم تلقي هؤلاء المذيعين عامة التدريب الكافي، وعدم اهتمامهم باللغة على النحو المطلوب ومهما كانت أسباب هذه الظاهرة فإنه بلا شك لها نتائج سلبية خطيرة على اللغة وعلى مستخدمي اللغة ولا سيما الناشئة منهم.^(١٩)

لقد كتب الكاتب محمود عبد المنعم مراد في مجلة أكتوبر بعنوان «لغتنا المسكينة» يقول: «كتبت كما كتب كثيرون عيري عن جرائم انتهاك لغتنا العربية، في صحفنا ووسائل إعلامنا المسموعة والمرئية، وقد يرى البعض أن

(١٨) طالع ماري ويس الأطفال والإذاعات التلفزيونية، ترجمة: عبد الفلاح الصبيح، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يوليو ١٩٩٩م، عالم المعرفة، العدد ٢٤٧

(١٩) طالع حائفة الأخطاء والمأخذ اللغوية التي أوردتها الدكتورة أحمد مختار عمر كأثلة على شيوخ الخطأ في لغة المذيعين ومقدمي البرامج في كتابه أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاك والإذاعيين ط٢، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٣م، ص ٢١، ٢٢، ٢٨، ٣٠، ٣٠

طالع كدلت إبراهيم السامرائي فقه اللغة المقرون، ط٢، بيروت: دار العلم للملايين، ١٩٨٧م، ص ٢٢٢ وما بعدها

طالع أيضاً: فكتور سحاب: أزمة الإعلام الرسمي العربي: النموذج اللبناني، بيروت: دار الوحدة، ١٩٨٥م، ص ٩٧، ١٠٠

هذه مسائل شكلية غير ذات أهمية، وهنا تكمن المصيبة الكبرى، إن إهدار الدعة هو إهدار لشخصيتنا وتراثنا وثقافتنا ولواحد من أهم مقومات أمتنا. إنه استهانة وعيث خطير لا يمكن أن نمل الكتابة عنه، ولعل النظر إليه^(٢٠)

إضافة إلى ذلك فهناك آثار سلبية على الأطفال والناشئة بل والشباب أيضًا من الناحية الصحية والسلوكية والثقافية لا يمكن تجاهلها. فهذه الأجهزة تشد الأطفال والناشئة وتجذبهم إليها بما تعرض لهم من حلالها من مشاهد وصور متحركة مثيرة ووسائل إغراء أخرى، ولكنه قد يجره إلى الإدمان على المشاهدة، إذا توفر لهذا الناشئ الوقت، ولم يتوافر التوجيه اللازم، والإدمان على المشاهدة عبر هذه الأجهزة المرئية له نتائج وخيمة العاقبة منها.

(أ) إن الأشعة الصادرة عن شاشة تلك الأجهزة المرئية (تليفزيون - كمبيوتر - إنترنت - فيديو - سينما.. إلخ)، وحركة المشاهد والصور السريعة قد تؤثر مع مرور الزمن على الأعصاب البصرية للناشئ، وتنقص قدرته على التركيز، وقد تقلل من قابليته للمفهم أيضًا.

(ب) كثافة العرض والسرعة في حركة المشاهد قد تحول دون معالجة وهضم أو استيعاب الناشئ للمعلومات المقدمة من خلال تلك الأجهزة على النحو المطلوب، خاصة عندما يكون هذا الناشئ المشاهد محدود الذكاء، بطيء الإدراك والملاحظة.^(٢١)

(ج) إن إدمان مشاهدة هذه الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة يولد لدى المشاهد عامة، ولدى الطفل الناشئ خاصة، نوعًا من السلبية

(٢٠) النصف المذكور من قول هجيب محفوظ وقول محمد عبد المصم مراده أوردتهما الدكتور فالح مختار عمر في كتابه السابق أخطاء اللغة العربية المعاصرة ص ٢٣ ، ٢٤ كما أورد أقوالاً أخرى في معرض التمهيد لكتابه وتبرير معالجته لظاهرة الخطأ اللغوي الشائع بين المذيعين والصحافيين ولقد عالج الكتاب هذه الظاهرة بسعة وعمق وتنوع، ضمن دراسة ميدانية تحليلية تفصيلية للأخطاء اللغوية الشائعة، كما طرح مجموعة من المقترحات والتوصيات التي نفوذ لمعالج الظاهرة أو تعمل على الحد من انتشارها (٢١) المحصلة اللغوية، مرجع سابق، ص ٢٨.

واللامبالاة بمجريات الأمور من حوله وينسيه كثيراً من التراماته ومسئوليته، كما أن جلوسه فترة طويلة أمام شاشة تلك الأجهزة يولد لديه الحمول والكسل وعدم الميل إلى الحركة، وإلى عدم ممارسة التمارين الرياضية، وقد يؤدي ذلك إلى فقدان اللياقة البدنية وإلى تعرضه لأضرار نفسية وجسدية وعقلية أيضاً، وربما تؤثر هذه الأضرار بدورها في علاقاته الاجتماعية فتقلل من رغبته في الاتصال بالآخرين. ولذلك تحرره مما قد يكتسب من خلال هذا الاتصال من مهارات لغوية

(د) كثيراً ما ينجذب الناس إلى المشاهد المثيرة التي يكثر فيها العنف وحوادث الإجرام والأعمال السهلوانية، والإيمان على متابعة مثل هذه المشاهد كثيراً ما يؤدي إلى إثارة الأعصاب وإيجاد نوع من التشبع، ويزيد من حدة الانفعال ويقود إلى العنف والخشونة في التصرف، كما أنه قد يقضي إلى تبدل العواطف وإضعاف أحاسيس الشفقة والرحمة، هذا إضافة إلى ما يؤديه من نفور من القراءة التي تقتضي في العادة سكون النفس وهدوء البال وراحة الأعصاب لتؤدي دورها في عملية التشبيف والتطوير اللغوي على الوجه السليم.^(٣٣)

ولا يخفى أن خشونة الطبع، وسرعة الانفعال أو حدته من شأنها أن تحلق نوعاً من التافر، وتقلص فرص الاتصال بالآخرين أو من توثيق الارتباط الحميم بهم، وبذلك تكون سبباً في تقليل المحصول اللغوي المستفاد منهم.^(٣٤)

(٢٢) طالع صحى يابى: التليغريون قد يشكل عقلية الطفل، المجلة الطبية السعودية، معزم - ربيع لثانى ١٤١١هـ، العدد: ٧٠، ص ٦٥، ٦٩.

(٢٣) المحصلة اللغوية، مرجع سبق، ص ٩٩.

اقتراحات لقيام وسائل الإعلام بدورها التثقيفي لنشر اللغة القومية وتنمية حصيلتها لدى الأطفال والشباب،

١ - زيادة البرامج التعليمية التي تولى اهتمامًا خاصًا بالمعردات اللغوية وطرق سطقها، وبيان معانيها، وطرق تركيبها، وكيفيات وحالات استعمالها وكذلك زيادة حلقات مثل هذه البرامج، ومضاعفة فترات بثها، واختيار الفترات الملائمة لهذا البث، كمفترات العطلات الرسمية والمناسبات التي يكون الأطفال والناشئة فيها حاضرين في منازلهم وتتاح لهم فرص المشاهدة.

٢ - متابعة ما يحصل للبرامج الأجنبية المترجمة من تطورات في الأصول، والسعى لتطوير ما يترجم من هذه البرامج، وكذلك العمل بحرص تام على ربطها بالواقع الفعلي والبيئة المحيطة بالجمهور، وإبراز الصور والمشاهد المشوقة والحركات أو المعاليات المثيرة التي تجسد الألفاظ وتجسد معانيها في أذهان الأطفال والناشئة، أو تقريبها إليهم وثبتتها في ذاكرتهم من هذا الواقع أو هذا المحيط، لا أن تترجم المشاهد والمناظر والشخصيات من الأصل الأجنبي ترجمة حرفية بعيدة عن النظر إلى المحيط أو الوسط الاجتماعي الذي تعرض فيه.

إن انتزاع المشاهد والصور من محيط المشاهد نفسه، ومن واقعه الاجتماعي الذي يعيش فيه، واختيار الشخصيات الحية التي يراها أو يتصور وجودها في هذا المحيط وفي هذا الواقع، يجعلها أقرب إلى نفسه ويجعله أكثر تفاعلاً معها، ويجعل أفعالها وحركاتها ألصق بفكره وحياله، كما يجعل الألفاظ والصيغ والتراكيب اللغوية التي تنطقها، أو تعبر عنها، أو ترتبط بها، أعلق بذهنه وذاكرته.^(٢٤)

(٢٤) المرجع السابق، ص ١٠٠ (يتصرف)

٣ - انتقاء الألفاظ وتقديمها عبر البرامج في سياقات أو ارتباطات ملائمة، وعلى نحو مرحلي تدريجي تراعى فيه قدرات الأطفال والباشئة العقلية وقابليتهم على التصوير والحفظ والإدراك والفهم، كما يراعى فيه عدم التكرار الممل للصيغ والتراكيب اللغوية. ويمكن أن تقدم مجموعات كبيرة من المفردات اللغوية على سبيل التمثيل عبر برامج أدبية تتضمن التالي: ^(٢٥)

(أ) قراءة بعض النصوص الأدبية الجذابة المتميزة بموسيقى عباراتها وجرس ألفاظها، بالإضافة إلى حسن مصابيحها، ثم التنبيه على الألفاظ الجديدة أو الجميلة والمعاني السامية التي تشتمل عليها هذه النصوص.

(ب) حكاية القصص القصيرة المشوقة المثيرة والطرائف الممتعة المسلية التي يمكن أن تستعمل الصور المتحركة والعمليات الفنية المتاحة في سردتها وعرض أحداثها

(ج) تقديم دروس منظمة ترتبط بصورة أو بأخرى بالمقررات المدرسية، وبمقررات اللغة والأدب والبلاغة بنحو خاص، على أن يعلق بصورة مستمرة عن هذه الدروس وعن أوقات تقديمها أو بنها وعن مدى أهميتها

٤ - تقديم مسلسلات الأطفال كالفصوص والمعارف باللغة العربية العصرية البسيطة، أو كما يسميها البعض «اللغة المخففة» أي اللغة التي تكون وسطاً بين العامية المنقحة المهدبة والعصحي العالية. ^(٢٦) مع مراعاة إدخال المفردات اللغوية الجديدة فيها بشكل تدريجي ومستمر، وتجنب ترجمة المسلسلات الأجنبية فيها ترجمة حرفية، لأن ذلك قد يؤدي إلى صعوبة فهم العبارات أو الألفاظ المستخدمة فيها على النحو المطلوب، أو إلى التعود

(٢٥) المرجع السابق، ص ١٠٠، ١٠١ (يتصرف).

(٢٦) محمد كامل حسين: اللغة العربية المعاصرة، القاهرة. دار المعارف، ١٩٧٦ م ص ٨٨ وللمزيد من التفصيل حول اللغة البسيطة أو المخففة، طالع أحمد محمد المعنوق: دور وسائل الاتصال السمعية والبصرية في تنمية الحصيلة اللغوية، رسالة الخليج العربي، ١٩٩٣ م، العدد ٤٧، ص ٧٧ وما بعدها

على التعبير اللغوى غير المقبول فى الوسط الثقافى الذى يعيشه أو سيعيشه
الطفل أو الناشئ.

إن البرامج والمسلسلات التى تقدم للطفل باللغة العربية الفصحى السليمة
تجعل اللغة القومية محبة إلى الطفل أو الشاب، قريبة منه، مألوفة لديه،
سهلة المسال يمكن إتقانها. وليس هناك ما يدعو إلى اللجوء إلى لغة علمية
اقليمية تحدد الاكتساب اللغوى والعكرى للطفل أو الشاب، وتضيق عليه
أفاقه الثقافية، وتظهر له اللغة الأم وكأنها لغات شتى متفرقة محتملة يصعب
التمكن منها.

لقد احتير فى أثناء إعداد مؤسسة الخليج لبرنامج «افتح يا سمسم» أطفال من
الكويت وعمان والقاهرة وتونس وأجريت عليهم تجارب لغوية بين عامى
١٩٧٧م - ١٩٧٨م من القرن المنصرم، خرج الدارسون منها بنتيجة مهمة
معادها: أن الأطفال العرب يفهمون اللغة الفصحى لأنها محيطة بهم، على
الرغم من ضعف قدرتهم على التحدث بها، وقد أثبتت هذه الدراسات أن
مهارة المهتم اللغوى تختلف كثيرًا عن مهارة الإنتاج اللغوى، وفى ضوء هذه
الدراسات اختيرت الفصحى لغة البرنامج، وحفقت أهدافها بعد أن تم تمييزه
وعرضه فى الأفطار العربية. حتى أن العاملين فى حقل ثقافة الطفل لم
يجتمعوا على جودة برنامج تليفزيونى للأطفال كاجتماعهم على جودة برنامج
«افتح يا سمسم» والأطفال أنفسهم لم يكونوا أقل شأنًا من الكبار فى
اجتماعهم على هذا البرنامج وترديد هم عباراته وأغانيه ومواقفه.^(٢٧)

٥ - زيادة عدد البرامج العلمية أو الثقافية التى تقدم باللغة الفصحى والتى تكون
فى الغالب محببة إلى المشاهدين ومن ضمنهم الأطفال والناشئة، سواء
كانت هذه البرامج منتجة محليًا أو مترجمة مثل برامج: «عبر التليفزيون».

(٢٧) تنمية ثقافة الطفل العربى، مرجع سابق، ص ١١٦.

و«ترانس تيل» Trans tell التي يتولى إصدار بعضها صندوق الطمونة التابع لهيئة الأمم المتحدة UNICEF، «الأرض كما يراها العلماء»، «الماء هو الحياة»، «عالم المعرفة»، «عالم الطبيعة»، «عالم العدد»، «سائق صحر القمة»، على أن يقدم ويعد هذه البرامج كلها أناس متمكنون، أي ممن يمتلكون ثقافة لغوية وافية، ويتميزون بطلاقة تعبيرية جيدة، وطق سليم، وأصوات رخيصة مناسبة، فذلك له أثر كبير على جذب المشاهدين والمستمعين صغاراً أم كباراً، وشدهم إلى هذه البرامج ونقل مفردات اللغة إليهم على الوجه السليم، وتشجيعهم بطريق مباشر أو غير مباشر على التقاط نسبة كبيرة من المفردات بنطقها السليم ومعانيها الصحيحة.^(٢٨)

٦ - إن للمذيعين ومعدّي ومقدمي البرامج الدائمة في المديع والتليفزيون وغيرهما من وسائل الإعلام دوراً كبيراً في نقل مفردات اللغة، لاستمرارية تواصلهم مع الجمهور، وربما يكون لهذا الدور سلبياته على لغة هذا الجمهور إذا لم يتمتع هؤلاء بالكفاءات اللغوية والصوتية وثقافة لغوية عالية، وقدرات متميزة على الإلقاء والأداء الصوتي والنطق السليم لتولي الوظائف المشار إليها، ومواصلة تدريبهم وإعدادهم، ليس فنياً وثقافياً فحسب بل لغوياً أيضاً، أي العمل على تقوية مهاراتهم اللغوية وقدراتهم الخطابية.^(٢٩)

ثم إلزامهم أو حثهم على الالتزام بأصول وقواعد اللغة في كل ما يقولون من مهام مرتبطة بها، وحثهم كذلك على متابعة ما يوضع من قبل المؤسسات اللغوية من مصطلحات وتراكيب وصيغ وألغاز، وعلى تحكيم الدوق المعنى ومراعاة المعايير الحضارية الملائمة للعصر، ومقاييس اللغة السليمة في انتقاء المفردات والتراكيب اللغوية التي يستخدمونها في التعبير عما يُراد نقله من أحبار ومعلومات وأفكار ومعان ومشاعر.

(٢٨) الحصيلة اللغوية، مرجع سابق، ص ١٠٢، ١٠٣ (بتصرف)

(٢٩) طالع. سليم عبد الحميد، بدرى حصون فريد. من الإلقاء، بغداد: جامعة بغداد، ١٩٨١م، ص ٦٧، ٩٤

٧ - يستحب أن يتولى تنفيذ أو تقديم برامج ومسلسلات الأطفال ناشئة ممن يتمتعون بمهارات لغوية متميزة، وطلاقة فائقة في التعبير، فمن الملاحظ أن الأطفال يميلون في الغالب إلى تقليد الكبار في كثير من التصرفات، ولكنهم يتأثرون بأنذاتهم في السن بشكل سريع ولا إرادى أحياناً، وخاصة في مجال اللغة، فالطفل يسارع إلى التقاط الكلمة من طفل مثله، ولربما اندفع إلى ذلك مدافع التقليد والمحاكاة، أو يروح التحدى أو المفاضة، أو بدافع الطموح إلى بلوغ مستوى من يفوقه في مهارة معينة.

٨ - إن الأفلام والتمثيلات المناسبة والهادفة تشارك بلا شك في تنمية المهارة اللغوية لدى الطفل والناشئة والشباب أيضاً، غير أن الملاحظ أن الطفل ينشد إلى المشاهد والأحداث في هذه الأفلام والتمثيلات ويتابع تطورها دون التفات إلى الجانب اللغوى. هذا مضاف إلى أن اللغة التي تستخدم في عرض مثل هذه المواد عادة ما تكون خفيفة الأفق، محدودة العناصر، حيث إن المشاهد والصور هي التي تتولى في الغالب تجسيد الأحداث والأفكار والمعاني والمشاعر وليس الكلمات، كما أن اللغة المستخدمة فيها غالباً ما تكون العامية المتدنية، الفاصدة عن اللغة العصرية في الكم والنوع وسعة التأثير، وفي القيمة الإبداعية، لذلك كان من المقترح أن تثرى لغة الأفلام والتمثيلات والمسرحيات، وأن تحضن المعردات المستخدمة فيها لعملية انتقاء متأن مدروس دون أن يؤثر ذلك في عفوية العرض وسلاسة الأسلوب، وأن تستخدم في تأليفها وإخراجها اللغة العصرية المبسطة، أو ما يطلق عليها أحياناً باللغة الوسطى التي ترقى بلغة العامة دون أن تكون غريبة عليهم، ودون أن نهبط بلغة الحاصة، وبهذا تكون مشاركة التليفزيون أو السينما في تنمية الحصيلة اللغوية للمشاهد أكثر إيجابية.^(٣٠)

(٣٠) الحصيلة اللغوية، مرجع سابق، ص ٩٠٤.

٩ - لقد ثبت من البحوث الميدانية التي أجريت في عدد من البلدان الأوروبية بشأن التعرض للفتنات الوافدة، أن المواطن يميل إلى أن يقضى وقت فراغه في مشاهدة البرامج الوطنية - إذا كانت هذه البرامج تلبي احتياجاته الثقافية وميوله الفنية وتتماشى مع ذوقه - وكانت مقدمة بلغته القومية أو الوطنية، حتى مع إجادته لإحدى اللغات الأجنبية التي تقدم بها برامج أخرى.^(٢١)

ويعتقد الدكتور «أحمد المعنوق» أن ذلك يمكن أن يطبق على كثير من الدول العربية، إن لم يكن كلها، وبإاءة عليه فإنه يمكن استغلال هذا الميل بالارتقاء بالمستوى المعنى ومستوى المادة والأداء، للبرامج التليفزيونية المحلية أو الإذاعية وغيرها. بحيث تتناسب هذه البرامج مع أذواق المواطنين على مختلف طبقاتهم وميولهم ومستوياتهم العقلية والعلمية، وتلبي حاجاتهم الإعلامية والاجتماعية والثقافية، وتتسم بدرجة عالية من الجودة تنافس البرامج الوافدة المقدمة بلغتها الأجنبية الأصلية، وبذلك يمكن للمواطنين أن يستغنوا بمشاهدتها عن مشاهدة البرامج الأجنبية، وتقوى صلتهم بلغتهم، وتثري حصيلتهم من هذه اللغة ومن مفرداتها عن طريق هذه المشاهدة، كما يمتنع أو يقل الخطر من تعرضهم للارذواجية اللغوية أو تسرب الألفاظ والعبارات والمصطلحات اللغوية الأجنبية إلى لغتهم^(٢٢)

١٠ - متابعة الأخطاء اللغوية التي تسرب من خلال أجهزة الإعلام والعمل بحرص ودأب على تصحيحها والتنبيه عليها للحد من شيعها وتأثيرها على اللغة. ويفترض أن يتم ذلك بتعاون الجهات المسئولة عن هذه الأجهزة والمباشرة لها مع المؤسسات اللغوية والجهات العلمية ذات العلاقة

(٢١) سعد ليبب برامج التلفزيون والتكنولوجيا الحديثة للاتصال في الوطن العربي، المجلة العربية للثقافة، ص ١٤.

(٢٢) المرجع السابق، ص ١٦، ١٨.

١١ - يمكن تفادي بعض الأخطار أو الأضرار الساجمة عن إدمان الأطفال والناشئة وحتى الشباب على مشاهدة التليفزيون أو الفيديو، أو الانكباب على شاشة الكمبيوتر والإنترنت، وتوجيههم إلى الاستمادة لغويًا وثقافيًا مما يشاهدونه من برامج عن طريق الإجراءات التالية: (٣٣)

(أ) توجيه الطفل والشاب من قبل والديه أو من قبل المشرفين على تربيته إلى مشاهدة البرامج التعليمية والثقافية، والبرامج والأفلام المسلية الخالية من مشاهد العنف والجس، والتي تتناسب مع مستوى العقلي وتتحدى قدراته اللغوية لتطويرها وتنميتها، ولا يترك له الاختيار دائمًا، لأنه قد يختار منها ما يضره، أو ما لا يعود عليه بالنعيم الكثير.

(ب) تحديد فترات المشاهدة للطفل أو الشاب، وتشجيعه على وضع جدول زمني يومي متوازن لأوقات فراغه، يجمع فيه بين مشاهدة بعض البرامج، وبيس القراءة الحرة واللعب، أو ريادة الأصدقاء والجلوس مع أفراد الأسرة. كما ينصم المساعدة في أداء بعض الواجبات والأعمال التي تختص بإدارة وتصريف شئون المنزل (هذا بعد أداء الواجبات المدرسية بالطبع).

(ج) متابعة ما يشاهده الطفل أو الشاب من برامج وفترات وأفلام وغيرها، وتصحيح ما قد يبدو فيها من أخطاء لغوية، وتفسير ما قد يرد ضمنها من مفردات لغوية عامصة أو غريبة، وتبسيط ما قد يصعب عليه استيعابه وإدراكه من مفاهيم ثقافية أو حصارية، إضافة إلى تنبيهه على الجوانب السلوكية المرسية والجوانب المرفوضة ومساعدته على التفريق بين ما يتناسب معه وما يختص بالراشدين (هذا مع افتراض أن من يتولى أمر تربية الطفل أو الشاب ورعايته قادر على القيام بتلك المهام).

(٣٣) الحصيلة اللغوية، مرجع سابق، ص ١٠٦، ١٠٧ (بصرف)

(د) إتاحة الفرصة لإبداء وجهة نظره الخاصة فيما يشاهده، ولطرح بعض الموضوعات التي يطلع عليها للمناقشة بينه وبين بقية أفراد الأسرة، فذلك يهيئ العرض لاستخدام ما استعاده خلال مشاهدته من ألفاظ وعناصر لغوية جديدة، ويحفزه على استحصارها ويدعوه لممارسة اللعبة وإنعاش محزونه اللفظي، هذا بالإضافة إلى إنعاش محروبه المعكرو

١٢ - يمكن أن تتخذ وسائل الاتصال الحديث والتي يمكن أن توفرها المدرسة لتلاميذها، مثل : جهاز التسجيل الصوتي والحاكي «الفونوغراف» والتليفزيون التعليمي والكمبيوتر والإنترنت، هذا بالإضافة إلى الأدوات التقليدية التي تستخدم للإيضاح والتجسيد والعرض والتقريب، هذه الأجهزة كلها يمكن أن تتخذ كوسائل لتطوير مهارات التلاميذ اللسانية، كما تتخذ في عمليات التنمية الفكرية، فتعد بواسطتها برامج تهدف بصورة خاصة إلى إغناء المحصول اللفظي والأسلوب بكل الطرق الممكنة.^(٣٤)

هذا ويقول أحد الباحثين في شئون اللغة: إن حاسة السمع ينبغي أن ترافقها دائماً حاسة البصر، وينبغي أن يدرّب اللسان بالترابط مع اليد، كما ينبغي ألا تُدرّس الموضوعات شفهياً فحسب، ولكنها ينبغي أن توضح بطريقة مرئية، وإن من الحكمة أن يصور على جدران الصف كل موضوع يعالج داخل الصف

وحقيقة الأمر فإن استخدام أي وسيلة سمعية أو بصرية أو أي وسيلة حسية أخرى تساعد على استيعاب المعاني والأفكار وتجسيد استخدام اللغة وتناول المفردات اللغوية بشكل حيوي ملموس أصبح أمراً ضرورياً في الأوساط التربوية الحديثة، لأن ذلك من شأنه أن يجعل الحياة الدراسية جزءاً من الواقع المعاش، ويربط المعارف والعلوم التي يكتسبها الطالب بالحياة

(٣٤) أبو الفتوح رضوان وآخرون. المدرس في المدرسة والمجتمع، القاهرة. مكتبة الأنجلو المصرية،

١٩٨٣م، ص ١٨٨

التي يحييها، فيجعلها عالمًا متحركًا كعالمه، كما يساعد على تجسيد المعارف وتثبيتها، حيث تجند أكثر من طاقة واحدة لنقل هذه المعارف إلى الفكر وإيداعها في الذاكرة، ويحصل التضافر والتواتر في عملية التوصل

ومما لا شك فيه أن التليفزيون التعليمي بنحو خاص يعتبر من أهم الوسائل الحديثة التي تشترك حاستا السمع والبصر معًا في تلقى المعلومات منها، سواء كانت هذه المعلومات فكرية أو لغوية، هذا بالإضافة إلى قابليته الكبيرة على اجتذاب الطلاب وشد انتباههم وحشهم على الانضباط والاتجاه الطوعي للتعلم.

لقد أجريت بعض الدراسات على التليفزيون كوسيلة تعليمية، فوجد أن التعلم عن طريقه يقلل من تأخر الطلاب وعيابهم، وسيطر على ما لدى بعض المتعلمين من سلوك سيء. كما ثبت أن الصفوف التي استعان بها المدرسون فيها بالتدريس عن طريق التليفزيون أفضل من تلك التي درست بالطرق المعتادة فقط.

وبذلك فإن التليفزيون التعليمي يمكن أن يكون في مقدمة الوسائل التي تشترك في تجسيد اللغة وتقريبها وإيصالها أو نقلها عن طريق الحواس المتعددة، بشرط أن تتوافر المادة التعليمية النافعة، والتخطيط السليم في العرض والتوجيه السديد في الاستخدام لتلا تتحول هذه الأداة إلى وسيلة ترفيهية بحتة وأداة لقتل الوقت فحسب.

الباب الثامن

الإعلام والطفل

الفصل الأول

الرسالة الإعلامية والطفل

لا بد أن نوضح منذ البداية أن قضية الإعلام والطفل هي قضية عميقة ومتشعبة، وليس من اليسير دراستها بشكل إجمالي أو تعصيلي، ذلك لأن تطور وسائل الاتصال الجماهيري جعل الأطفال يتعرضون إلى مريد من التثوع وعدم الثبات، وأصبح من العسير عليهم تكوين قيم واضحة.

إن الإعلام الحالي جزء لا يتجزأ من تربية الطفل وتكوين قيمه وتشكيل اتجاهاته وأفكاره وآرائه. فإعلام الطفل يمثل مدخلنا إلى تعليمه وتربيته ووسيلتنا إلى تثقيمه، بل من الممكن أن يكون ذلك سبيلنا إلى تسليته والترفيه عنه، وقد عقلت إلى حد ما، عن ذلك أجهزة الإعلام من صحافة وإذاعة وتليفزيون وبعدت بنفسها عن مهمتها الأولى.

الإعلام ومراحل الطفولة

عندما نتحدث عن الأطفال يقفز السؤال التقليدي التالي: ما عمر هؤلاء الأطفال؟ ونحن حين نتكلم عن الإعلام والأطفال إنما معنى الصغار منهم منذ سن ما قبل المدرسة، وإلى أن يتجاوزوا مرحلة الطفولة واليهض يقف بها عند الثالثة عشرة، ويرى ما بعدها مرحلة أخرى. والبعض يرى أن تمتد الطفولة إلى أن يعتمد صاحبها على نفسه، ونحن مع هؤلاء فالشاب الصغير الذي لا يستقل بنفسه في مجتمعاتنا الشرقية يحتاج منا أن نأخذ بيده، وإذا ما تحدثنا عن سن ما قبل المدرسة إعلامياً إنما لا بد وأن نشير إلى أن سبيلنا إلى هؤلاء الأطفال هو الصور، إن أطفال الحضارة يستطيعون تمييز الصور التي تتكرر في الصحف والمجلات، ويعرفون أصحابها من الساسة والمستولين، لا على المستوى المحلي محسب، بل يتجاوزون ذلك إلى الساحة العالمية. وقد تعرف مصري صغير في الخامسة من عمره على صورة الرئيس الأمريكي «جورج بوش» (الابن) أثناء إحدى التظاهرات التي بثتها إحدى القنوات التليفزيونية العربية العصرية والتي كانت تطله بالكف

عن التدخل في شئون العراق الشقيق والانسحاب العسكري منها، بعد أن رفع المتظاهرون صوراً له.

والأطفال الصغار أيضاً يعرفون بالطبع على مستوى وطني العربي صورة رئيس بلادهم أو ملكها أو أميرها، كما يعرفون بالطبع صور العديد من نجوم السينما والتلفزيون والرياضة.

الصورة إذاً وسيلة ولغة إعلامية بالغة الأهمية بالنسبة للكبار أيضاً، فما بالنا مع هؤلاء الذين لا يقرأون؟ إنا من خلال الصورة نستطيع أن نقول الكثير لأطفالنا، وفي مقدورنا أن نستثير اهتماماتهم المحدودة، وأن نوسع آفاقهم بالحديث عن العالم من حولهم، وهم إذا ما شاهدوا صورة حيوان في مجلة أو صحيفة أسرعوا بها إلينا يسألوننا عن السر في شر الصورة، لأنهم يتركون بخيراتهم المتواضعة أن الصحيفة لا تفعل ذلك كثيراً، ومن هنا نستطيع أن نتخذ من الصورة نقطة بداية وإطلاق نحو تعريف الصغار وإعلامهم بالكثير مما يجري ويحدث في ديانا، دون أن يعوتنا أننا أمام إنسان بلا خلفية ولا خبرات، فيجدر بنا ألا نشق عليه ونرهقه ونشتته، كل ما هو مطلوب منا في هذه المرحلة (ما قبل المدرسة)، تدريبه على مشاهدة الصورة والتمييز بينها، وربطها بما يترامى إلى مسامعه من أحداث.^(١)

معنى الطفولة،

في لسان العرب، نستطيع أن نلخص هذه المفردات:

• الحدث: هو الشاب فتى السن.

• الصبي: هو لَدُنْ يولد إلى أن يُعظم، أو هو الغلام.

• الصبا: الصغار في السن.

(١) أصول من ثقافة الطفل، مرجع سابق، ص ٤٢ (بصرف).

وفي المعجم الوسيط جاءت المادة هكذا:

طُفْلٌ . طفولةٌ. أمّا الطفل فهو: المولود مادام ناعماً رخصاً، أو هو الولد حتى البلوغ والطفولة المرحلة من الميلاد إلى البلوغ.

المعنى الاصطلاحي للطفولة،

لقد اختلف العلماء في تعريف الطفولة، وكذلك في تحديد المراحل التي تتضمنها، فقد عرفها البعض بأنها: الطفل منذ الميلاد وحتى نهاية الحادية عشرة، وعرفها البعض بأنها: العهد الذي يتحرر فيه الإنسان من مسئوليات الحياة ويعتمد على غيره في إشباع احتياجاته العضوية والنفسية

وعرفها آخرون بأنها: المرحلة التي ترسى فيها أسس الاستعداد لممارسة الحياة الاجتماعية والمدرسية والمهنية والرواجية. ويرى البعض أن مرحلة الطفولة تبدأ منذ اللحظة الأولى لتكوين الجنين، ووفقاً لهذا الرأي فإن المرحلة الجنينية هي بداية لمرحلة الطفولة التي تستمر حتى بلوغ الطفل سن الثامنة عشرة من عمره.

وحددتها دائرة المعارف البريطانية بأنها: الفترة الواقعة بين السنة الثالثة والسنة الخامسة عشرة أو السادسة عشرة من العمر. ويكاد يُجمع المربون وعلماء النفس على تعريف الطفولة بأنها المدة التي يقضيها الصغار في النمو والتّرقى، حتى يبلغوا مبلغ الناصجين ويعتمدوا على أنفسهم في تدبير شئونهم وتأمين حاجاتهم البيولوجية والنفسية، وفيها يعتمد الصغار كل الاعتماد على آبائهم وذويهم في تأمين بقائهم هذا البقاء.^(٢)

هذا وينبغي ملاحظة أن طفولة الإنسان أطول طفولة بين الكائنات الحية، لأنها مرتبطة بصمة العجز، وهذا العجز يرتبط ارتباطاً واضحاً بسوع الحياة الاجتماعية

(٢) البراميس التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ٥٥

التي يحياها الإنسان من حيث مستوى ارتقائه إذا قورن بمستويات التجمعات الحيوانية الأخرى، ومن حيث تعاقب وسائل التكيف المتبادل بداخلها واستناد هذه الوسائل إلى درجة عالية من الاكتساب، فالوليد رغم ضعفه الظاهر إلا أنه يملك بعض القوى التي حباها الله إياها لكي يعيش، فهو قادر على الاستجابة للمثيرات، حساس لمطالبه الحيوية، وفي نفس الوقت غير قادر على مقابلة حاجاته، ومن هنا بررت أهمية تقسيم النمو إلى مراحل.

تقسيم مرحلة الطفولة،

لأن فترة الطفولة طويلة نسبياً فقد قسم المهتمون بثقافة الأطفال مراحل الطفولة حسب سنوات العمر إلى عدة مراحل، لكل مرحلة منها قاموسها الخاص، وأسلوبها في التعليم، ويجد ذلك من مقومات التربية كما فعل علماء النفس من قبل.

أهمية تقسيم النمو إلى مراحل،

إن تقسيم دورة النمو إلى مراحل، يوجه المربين والآباء إلى خصائص كل مرحلة، ويوضح لهم طرق التربية الواجب اتباعها، فالطرق التي تتبع مع طفل المرحلة الأولى لا يحسن اتباعها مع البالغين وكذلك المدرسة يجب أن تغير وسائل التفاهم، وطرق التدريس، ونواحي النشاط تبعاً لكل مرحلة، ودورة النمو في كل مرحلة يجب أن تسير سيرها الطبيعي، فلا يصح أن تتعجلها أو تمرض على الطفل طرق ووسائل مرحلة أخرى، إن النمو من المراحل الجسمية والعقلية والاجتماعية والنفسية يجب أن يتم في ظروف طبيعية، بما نهيه للطفل من الخبرات والأجواء التي تساعد على النضج وبالتالي على التهيئة للانتقال إلى المراحل التالية. فمثلاً الطفل الذي هو في مرحلة الرياض إذا نما نمواً متكاملأ أعدّه هذا إعداداً طبيعياً للمرحلة التالية. وبالرغم من أن حياة الطفل وحدة متكاملة ومراحل نمو متداخلة ومتتابعة ومتراصة وليست منفصلة ومحددة، إلا أن العلماء قد قاموا بعملية التقسيم بهدف الدراسة والتبسيط والتوجيه التربوي. وإن كان

هناك تحفظ على هذه التقسيمات المختلفة، ويجب أن يُعاد النظر فيها ثانية لأنه تقسيم غربي، والطفل العربي يختلف عن الطفل العربي، والطفل عند قدماء المصريين غيره في القاهرة الحديثة، غير أنها اجتهادات مفيدة في دراسة الأطفال^(٣) هذا وتعددت هذه التقسيمات إذ يختلف كل منها باختلاف وجهة النظر إلى الفرد في التقسيم وباختلاف الخبرة الشخصية والعلمية لصاحب التقسيم. وفيما يلي عرض موجز لأهم هذه التقسيمات:

١ - التقسيم على أساس الاهتمام الرئيسي الذي يشغل الفرد.

٢ - التقسيم على أساس الاهتمام الجسدي.

٣ - التقسيم على أساس المعيرات الجسمية للنمو.

٤ - التقسيم على أساس الاهتمامات العالية لدى الطفل

٥ - التقسيم على أساس نوعية الصلات الاجتماعية بين الطفل والبيئة.

٦ - التقسيم بحسب الأساس التربوي.

ويقوم هذا التقسيم على أساس استناده إلى سنوات المرحلة التعليمية التي يمر بها الطفل في تحديد مراحل تطوره وبناء عليه يكون التقسيم مكوناً من المراحل التالية:

١ - مرحلة ما قبل الميلاد: تشمل تسعة أشهر داخل رحم الأم

٢ - مرحلة الرضاعة: وتشمل المستتين الأوليين.

٣ - مرحلة الطفولة المبكرة: من سن ٢ إلى ٦ سنوات

٤ - مرحلة الطفولة الوسطى: من سن ٦ إلى ٩ سنوات.

٥ - مرحلة الطفولة المتأخرة: من سن ٩ إلى ١٢ عاماً.

(٣) البرامج التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ٥٦، ٥٧.

٦ - مرحلة المراهقة: من سن ١٢ إلى ١٦ عاماً

٧ - مرحلة البلوغ واكتمال النمو: من سن ١٧ عاماً إلى سن ٢٠ عاماً (وما بعدها).

الأهمية التربوية لمرحلة الطفولة،

إن تربية الشء مهمة خطيرة وعميرة تشترك فيها الأسرة والمدرسة وأجهزة الخدمات داخل الدولة. أمّا الأطلال فإنهم يحتاجون إلى تركير ودقة شديدين فى البرامج التربوية الموجهة إليهم، فنحن سستهدف خلق جيل قائم على أساس سليم. إذ تعتبر مرحلة الطفولة من أهم المراحل فى حياة الإنسان، وفى هذه المرحلة تنمو قدرات الطفل وتتفتح مواهبه، ويكون قابلاً للتأثر والتوجيه والتشكيل. ولقد أثبتت الدراسات والأبحاث التربوية والنفسية خطورة هذه المرحلة وأهميتها فى بناء الإنسان وتكوين شخصيته وتحديد اتجاهاته فى المستقبل لذلك لقيت قضية الطفولة على مرّ العصور - ولا تزال - عناية واهتماماً من قىل المربين والمسؤولين فى الدول المتقدمة فهياؤوا للطفل أسباب الرعاية.

ويسلك الكائن البشرى - كأي مخلوق حى - سلوكاً يمكن التنبؤ به، وهذه قصبة لا جدال فيها فى أى علم من علوم السلوك، إن كل العلوم الإنسانية تتفق على أن الكائنات البشرية مهياة لأن تسلك سلوكاً معيناً. وهناك اعتقاد قوى لدى العالم الغربى بأن الإنسان رجلاً كان أو امرأة عليه أن يكتسب كل سلوكه، وبأن اللبس ولدوا صحائف بيضاء لكى تكتب عليها التربية ما تشاء. وهذه النظرية البيئية هى أساس التربية التى نمارسها بالنسبة لأولادنا، إذ أن الأطلال يُعتبرون قابليين للطرق والتعديل قابلية لا حدود لها تقريباً. والتربية السليمة يمكن أن تحلق منهم رجالاً قد تتحقق فيهم مفهومات معينة ومعايير خاصة. وطبقاً لهذه النظرية لا يوجد شىء فطرى موروث وانما البيئة هى التى تشكل السلوك. إن الكائنات الشربة مرهونة تماماً بالظروف ومتوقعة عليها، والمعايير الحلقية التى توجه سلوكها معايير مشتقة، وتتوقف على ما تؤديه من وظائف، فالخير هو الذى يؤدى إلى بقاء

الثقافة واستمرارها، ونحن لسنا خيرين ولا شريرين، وإنما نحن نتيجة محصلة لنوع التربية التي نتلقاها، وليست السببية الثقافية إلا إحدى نتائج هذا اللون من التفكير، فليست هناك معايير علمية بالنسبة للإنسان.^(١)

ولما كانت مرحلة الطفولة مرحلة مهمة، وتربية الطفل تُعتبر مسئولية جسيمة فقد صدرت القوانين والتشريعات الدولية التي تكمل للطفل الحياة والسمو في الاتجاه السليم جسمياً وصحياً وعقلياً وحلقياً. فقد صدر الإعلان العالمي لحقوق الطفل الذي وافقت عليه الجمعية العامة للأمم المتحدة في ٢٠ من نوفمبر عام ١٩٥٩م من القرن المنصرم، الذي يقضى بحق الطفل في أن ينشأ وينمو في صحة وعافية، وأن يكون له حقه الطبيعي في الحصول على وسائل التعليم الإجباري المجاني على الأقل في المرحلة الابتدائية. كما أكد ميثاق الوحدة الثقافية العربية ودستور المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم على هذه المعاني.

أخلاق إعلام الطفل،

لإعلام الطفل أخلاقيات لابد أن يلتزم بها، حيث إن الإعلام للأطفال ينجح إذا ما كان يتصل بأمورهم ويدخل في دائرة اهتماماتهم واحتياجاتهم، ويرتبط بالبيت أو المدرسة أو البيئة المحيطة بهم، ونحن مطالبون في الإعلام بجرعة تتناسب مع صغر المتلقي، تماماً كالدواء، كما أننا مطالبون في الإعلام بالتزام أخلاقيات ومثل عُلِّيا لا نحيد عنها. فالكبار قد يفهمون ما بين السطور، أما الأطفال فلا بد من اتباع سياسة الوضوح الكامل والصراحة والصدق بجانب الموضوعية. ومن الضروري التشدد مع أنفسنا في هذه الأمور، وألا نحيد عنها، لأن الأطفال أذكىاء، وإذا ما كدبنا عليهم مرة واكتشفوا الأمر هلن يشقوا علينا فقط.

وتذكر الكاتبة «أميمة منير جادو» مثالا بالغ الدلالة في هذا المجال، فقد كان برنامج الأطفال في إذاعة إحدى الدول العربية يمجّد شخص حاكمها ويتعسّى

(١) البرامج التربوية للطفل، مرجع سابق، ص ٥٩، ٦٠.

بأمجاده وبطولاته، ويشيد بعظمته، وفجأة أطيح بهذا الحاكم، وإذا بالبرنامج ذاته يقدم بعض المواد الإعلامية عن انحرافاته ويسبهه!! وتوالت رسائل ذات معنى من الأطفال، ينهمون المشرفين على البرنامج بأنهم منافقون، بل إن البعض انصرف تماماً عن سماع البرنامج. لعل هذا الذى حدث كان وراء سؤال طرحته الكاتبة على المسئولين عن منظمة الطلائع فى بلد عرس، كان يكيل الاتهامات لرئيس دولة شقيقة، كانت المحاصرات التى تلقى على الأطفال حافلة بالسب فى شخصه، وحدث أن تم الصلح بين البلدين، وجاء ذلك الرئيس لزيارة البلد الذى كان يشتمه أطفاله، وإذا بهم يحتارون مجموعة من الطلائع لتتشدد وتغنى للضيف الكبير، وتقدم له باقات الورد، وكان سؤال الكاتبة: كيف سولت لكم أنفسكم أن تصعروا الأطفال فى هذا الموقف؟ إن الكبار يدركون مثل هذه التقلبات المفاجئة، لكن الأطفال لا يستطيعون فهمها، ويتمرقون نتيجة لمثل هذا الأسلوب الإعلامى المدمر. وهو أمر لا يتصل بالقضايا السياسية فحسب، بل يمتد إلى غيرها من المواد التى لها تأثيرات سلبية ضارة بالأطفال، ونحن نحس بالأسى، والقذوة والمثل العليا التى تضعها أجهزة الإعلام أمامهم ليست على المستوى المطلوب، والنجوم والمشاهير ليسوا الأبطال الحقيقيين الذين يشاد بهم، بل أصبحت نطلعات أبنائنا - نتيجة للإعلام السيء المتدهور - تتجه إلى كرة القدم والسيما، ولم يعد المميزون فى العلم والعمل هم القذوة والنموذج!! كما أن الفيض المنهمر من الجرائم التى تنتشر على صفحات الصحف، وكم العف الذى تحفل به المسلسلات البوليسية، إلى جوار تلك القصص والروايات التى تفرق الأسواق بأرخص الأسعار، ولذلك فالإعلام السيء الرديء لا بد وأن ينعكس على نفسية الأطفال، وعلى الرغم من الدساتير التى تحكم إعلام الطفل فمازلنا نرى الكثيرين لا يحترمونها ويخرجون عليها، ويلهث الطفل وراء أحداث هذه الجرائم ويتوتر وتترك فى نفسه أثراً لا تمحى.

وسائل أو غايات الرسالة الإعلامية الموجهة للطفل^(٥)

١ - التكرار:

تعتمد وسائل إعلام الطفل، شأنها شأن وسائل الإعلام عامة، إلى إحداث تأثير معين عن طريق تكرار أنواع معينة من العلاقات والأفكار والصور، ومثل هذا التكرار في القصص والكتب المصورة، ومجلات الأطفال، والإذاعة والتليفزيون والسينما، يُعرف الأطفال أشياء كثيرة عن الحياة التي يعيشونها، وعن مجتمعهم الذي ينتمون إليه.

٢ - الجاذبية:

ومما يصاعف من أثر التكرار، وإن كان وحده يكسب معرفة ما، تنوع الأساليب التي تشد الطفل وتجذبه إلى وسائل الإعلام المختلفة، وأساليب الجذب هذه قد بلغت درجة كبيرة من القوة، وسوف تتزايد مع تقدم التكنولوجيا وانتشار أدوات وأجهزة الإعلام الحديثة المتطورة، وزيادة عدد من يتعرضون لها من الأطفال.

٣ - الدعوة إلى المشاركة:

قد يلجأ موجهو بعض وسائل الإعلام إلى دعوة الأطفال إلى المشاركة الفعلية، إذا كان هذا ممكناً، أو المشاركة بالكتابة أو الرسم، لإبداء رأي أو حل مشكلة أو تعبير بالرسم أو بالكتابة عن موضوع معين وما إلى ذلك من الأساليب التي قد يتعلم الطفل خلالها شيئاً والتي تؤدي إلى ربطه بوسيلة الإعلام، وخاصة إذا كانت من الغنى بحيث تمنحه مكافأة أو تحقق له أمنية، أو أن تذكر اسمه أو تنشره.

(٥) سيد أحمد عثمان علم النفس الاجتماعي التربوي - التطبيع الاجتماعي، ج١، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٦م، ص ١١٨، ١١٩ (يتصرف).

وهذه النماذج قد تكون نماذج شخصية يتمثل فيها سلوك معين لشخص يشغل مكانة اجتماعية معينة، وتصور سلوك ذلك الشخص وردود فعل من يتعاملون معه، وتوقعاتهم عن سلوكه. أى إن مثل هذه النماذج يعتبر واقعاً. إلا أن هذه النماذج الشخصية قد تكون أبطالاً تاريخيين أو أسطوريين (خرفيين) يمثلون قبحاً معينة يريد موجه الرسالة في وسيلة الإعلام غرسها أو تدعيمها عند الأطفال. كما أن هذه النماذج قد تكون أفعالاً أو حيوانات أو طيوراً. ومن النماذج التي تعرض أيضاً نماذج علاقات وتفاعلات في مواقف اجتماعية مختلفة. وسواء كانت هذه النماذج نماذج شخصية أو نماذج علاقات وتفاعلات فإنها إما أن تكون موجبة فينصمن عرضها دعوة صريحة أو مصمرة بالناسى بها، والنهج على منوالها، أو تكون سالبة ينصمن عرضها دعوة صريحة أو إيحاء بنقدها وعدم تقليدها.

استجابات الأطفال هي تلقى الرسالة الإعلامية^(١)

١ - الاستيعاب

ونعنى به مجرد امتصاص الطفل لما يتعرض له من مدركات ومفاهيم، ولا شك أن عنصر التكرار والإعادة هو أهم العناصر التي تساعد على هذا الاستيعاب

٢ - التقليد:

لا شك أن الأطفال يميلون إلى تقليد ما يعرض عليهم من نماذج، حسنة أو سيئة، إلا أن هذا التقليد يتوقف حدوثه ومداه على الوسط الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه الطفل، وعلى ردود فعل الآخرين التي يتوقعها إن هو قام بهذا التقليد.

(١) علم النفس الاجتماعي التربوي، مرجع سابق، ص ١٢٠ (بتصرف)

وفيه يتوحد الطفل مع شخصية من الشخصيات التي يتعرض لها إما توحداً موجباً، أى يود أن يسلك ويشعر مثلها، وإما توحداً سالباً أى يود أن يسلك ويشعر بطريقة مخالفة لها، والتقمص هنا يتوقف على عدة عوامل منها حاجات الطفل نفسه من جهة، ثم العوامل الاجتماعية المحيطة به من جهة أخرى، فهنا نجد أيضاً أثر ردود فعل الآخرين وأحكامهم ومشاعرهم نحو الشخصيات والمواقف واضحة فى مدى وبرع تقمص الطفل لبعض مبادئ الشخصيات التي تعرض عليه فى وسائل الإعلام المختلفة.

ما طبيعة المواد الإعلامية والثقافية التي تقدم للطفل؟

يقف المربون وعلماء النفس بين نظريتين فيما يتعلق بالمواد الإعلامية والثقافية التي تقدم للأطفال وسائل الإعلام، البعض يرى أن مدح الأطفال يعيشون طفولتهم، ولا داعى لأن تثقلهم بما يرهج ويفزع، لتبقى هذه الفترة من حياتهم جميلة ومزهرة، يعودون إليها بخيالهم فى مستقبل حياتهم، حين ترهقهم الحياة بمشكلاتها، إن أصحاب هذه النظرية ينادون بأن بعدهم عن القلق، وأن يريحهم مما يدور من صراعات فى العالم، وألا تنقل لهم أخبار المصائب أو الكوارث أو الحروب التي تُصيب البشر.

وحجة أصحاب هذا الرأي واضحة، لكن البعض يختلفون معهم، ويرون أن ذلك غير طبعى، وأن تصوير العالم بصورة وردية غير حقيقية لا يريد على أن يكون تزييفاً للواقع، وسوف يدرك الأطفال - إن عاجلاً أو آجلاً - أننا نفرص لونا من الرقابة على الإعلام الموجه إليهم، ورأى هؤلاء أنه من الأفضل أن يتدرب الأطفال منذ نعومة أظفارهم على تقبل الواقع، ومواجهته أيضاً، لا الهروب منه ويطرحون فى النهاية سؤالاً: مَنْ يستطيع عزل الطفل عما يجرى من حوله؟ نحن لا نريد بالقطع طفلاً عجوزاً، بل نريده أن يستمتع بطفولته فى حدود ما هو متاح من

إمكانيات، مخممين عنه قدر الطاقة الأعباء والمشكلات، فما من ضرورة لأن نجعله ينظر للحياة بمسظار أسود، إنما نريده أن ينمو متفائلاً، متطلعاً دوماً إلى أمل جميل عذب يرنو إلى تحقيقه.

ويقف المسئولون عن الإعلام الموجه للطفل حيارى بين النظريتين، ويتأرجحون بين هذه وتلك، ومن الضروري أن يحسموا أمرهم، ليعرفوا طريقهم السليم، فما في مقدورنا أن ندع الأطفال يعيشون فترة وردية يكتشفون بعدها أنها كانت مزيفة ومصطنعة وأجدر بنا بعدها أن ندرّبهم على مواجهة الواقع من البداية، وهذا لا يعنى بالطبع أن نترك للإعلام الحبل على الغارب ليقدّم كل القصايا، لكن هناك محظورات يجب ألا يقع فيها، فما من مبرر لتقديم الجرائم التي يتوتر لها الأطفال، أو المصائب، أو غير ذلك ممّا يترك أثراً سيئاً على نفسياتهم. هذا وتهدينا دساتير الأمم في هذا المجال إلى ما يجب، وإلى ما لا يجب تفادياً للأضرار والسلبيات. وتركيزاً على الإيجابيات، وفي مقدمتها ربط الطفل بما حوله، وتدريبه على أن ينظر للأمور نظرة شاملة، إنه بتعرف من خلال الإعلام إلى بيئته وإلى ما يحيط بها ويدور فيها، وبذلك يرتبط معها بالحب والصدقة، وهذا بدون شك يشمر الكثير، إنه يحب داره ووطنه وأهله ويمتد حبه إلى الإنسان في كل مكان. ثم هو يواكب الحياة ولا يتخلف عنها، لأن من أولى متطلبات الإعلام أن يساير الأحداث والزمن، وهذا يضع الطفل دائماً على طريق عصره فلا يتأخر عنه ومن مميزات الإعلام أنه يتطرق لكل أبواب المعرفة والعلم، إنه ينقل أخبار السياسة والاقتصاد والعلوم والرياضة والعن والقضايا الإنسانية، وما من خير إلّا وهو مدخل رائع يقودنا إلى حلفية يحتاجها الطفل والأحداث سبيلنا للعودة للوراء قليلاً بحثاً عن مزيد من النتائج، وذلك يعنى التطلع للمستقبل، وما من كائن حي أحق بهذا التطلع من الطفل، لأنه سوف يعيش في هذا المستقبل، ونحن نربيهم لزمان غير زماننا فيجدر بنا ألا نمرض عليهم أفكار زماننا وآراءه. والحق أن إعلام الطفل على هذه

الصورة يصبح أكبر من المدرسة ذاتها إذا أدركنا أهدافه، ورسمنا استراتيجية له، وروصنا له الخطط والبرامج.

وتمتد أن الأهداف باتت واضحة، وسبيلنا إلى تحقيقها يتركز في استخدام أساليب الإعلام، من صحافة وإذاعة وتليفزيون، على أن تطور برامجها للأطفال لتساير العصر وتجاريه شكلاً ومضموناً. ثم إن أجهزة الإعلام المدرسية، لابد وأن تشارك مشاركة إيجابية في هذا المجال، فالممارسة إيجابية والمتلقى قد يكون سلبياً، لذلك يجب أن يهتص الأطفال بأنفسهم بعمل جريدة الحائط، وخبر اليوم، ونشرة أنباء الإذاعة المدرسية، إلى غير ذلك من سبل العمل الإعلامي. إن عملهم الإعلامي سوف يكون إضافة لهم وتدريباً حقيقياً على الاستفادة من الإعلام المدرسي، ويلفت نظرهم إلى الكثير مما تجدر العناية به، بل إنه يكشف ميولهم واستعداداتهم، ومجال العمل فيه واسع، وربما استهوى البعض ممن يجدون في أنفسهم الرغبة في احترافه مستقبلاً، لكن ذلك ليس هو الأساس، فالحقيقة أنه ما من عمل في عصرنا هذا إلا وهو في حاجة ماسة في كثير من جوانبه إلى الإعلام، وربما كان الإعلام ركناً أساسياً من أركانه.^(٧)

كيف يمكن تقديم المادة الإخبارية للطفل؟

نظرة سريعة إلى المجلات التي تصدر لأطفالنا في مصر والعالم العربي، فإننا لا نكاد نلاحظ farkاً بين عدد منها صدر منذ عام، وآخر صدر منذ أسبوع، فهي لا تواكب الأحداث، ولا تهتم بالأخبار والأمر التي تجري من حولها وهي ماضية في مسلسلاتها المصورة، وقصصها، وحكاياتها، وعكاهاتها، وتسلياتها، وموادها التعليمية دون مراعاة لما يقع في ديانا، ومن غير أن تفقه عند ما يهم الطفل منها، وما يمس من قريب أو من بعيد، وينسحب هذا القول بشكل أكثر وضوحاً على برامج الأطفال في كل من الإذاعة والتليفزيون وقد بات من الضروري تعادي ذلك،

(٧) فصول من ثقافة الطفل، مرجع سابق، ص ٥٠ - ٥٢ (يتصرف)

إذ لا يعقل أن تصب الإذاعة أو التلفزيون هذا الكم من الأحداث والأخبار، ووسط كل هذا تأتي برامج الأطفال معزولة تماماً، وكأننا نقول لهم: إن ما يجرى الآن لا شأن لكم به!! وهذا يحدث بشكل أكثر وضوحاً في أوقات الأخبار الساحنة التي يعيش العالم معها ساعة بساعة، ويتتبعها بلهفة واهتمام بالعين، بينما تسدل على برامج الأطفال في الإذاعة أو التلفزيون أو حتى مجلات الأطفال ستاراً كثيفاً!!^(٨)

وبالإضافة إلى ذلك مواعيد إذاعة البرامج بحيث تتيح الفرصة للطفل أن يستمع إليها، أو يراها، ومن هنا فلا بد من مراجعة شاملة للبرامج المقدمة سواء أكانت في الإذاعة أو في التلفزيون، والاهتمام بمحتواه الثقافي مع احتيار المواعيد المناسبة في الإرسال بحيث تصل إلى الجمهور المستهدف منها في الوقت المناسب لهم^(٩)، وخصوصاً جمهور الأطفال والناشئة وذلك لأن احتيار المواعيد المناسبة لأطفال ما قبل المدرسة وما بعدها، عند إذاعة أو بث البرامج من أهم النقاط التي يجب الإشارة إليها. لذلك يجب مراجعة البرامج المقدمة لهم مراجعة تربوية، وزيادة عددها، وإعادة بعضها بحيث تتيح الفرصة للطفل الذي لم يستمع أو يشاهد إحدى حلقاتها أن يستمع أو يراها مرة ثانية، وكل هذا بغرض التقليل من التأثير الآخر المهاد لوسائل الإعلام الأخرى، التي قد تشجع فيه سلبية يتبناها الطفل!!

مرة أخرى نقول، هناك سؤال تقليدي عالياً ما توجهه لأطفالنا عقب هودتهم من المدرسة، وربما يوجهونه هم إلينا أيضاً: ما الأخبار؟، لعل ذلك السؤال يؤكد خطورة ما أشرنا إليه، وهو أننا في حاجة إلى أن نصح الأطفال في قلب الأحداث،

(٨) وزارة الثقافة - المركز القومي لثقافة الطفل، المهرجان السنوي الرابع، مهرجان بابا شارو، ندوة برامج الأطفال

في الإذاعة والتلفزيون، مجلة البحوث، القاهرة: ١٩٨٤م، ص ١٠ (بصريف).

(٩) طالع نادية جمال الدين وسائل الاتصال الجماهيري وإمكانياتها التعليمية في القرية المصرية، كتاب التربية المعاصرة، العدد ٢، السنة الأولى، القاهرة: سبتمبر ١٩٨٤م.

ووسط الأحبار، ولا استعداد بهم عنها، ولا حول بينهم وبينها إنها تترامى إليهم مهما حاولنا عزلهم، إن الطفل المعاصر لن يكون أبداً هروسون كرورو، أو «حى بن يفظان» الذى يعيش فى جزيرة مهجورة!!، بل إنه يتلقى الأحبار، ويتفلقها، ويذيعها، ويتجاوز ذلك إلى التعقيب والتعليق عليها.

وفى إطار الاهتمام بتقديم المادة الإخبارية للطفل، يسبى أن نعلم أنه فى مستهل حياته لا يدرك غير المحسوسات، ويحتاج إلى بعض الوقت ليدرك المجردات والمعنويات، بل يظل أحياناً فى حاجة ماسة إلى توضيحها بأمثلة محسوسة بمعنى أنه يعرف المقعد والقلم والجريدة، لكن من الصعب عليه أن يفهم معنى كلمة: الشرف أو المجد أو الفضيلة، وهو يتعرف عليها من خلال المحسوسات، فيبدأ فى إدراك أن الصدق هو ألا يقول ما هو خلاف الحقيقة، وأن الأمانة ألا يأخذ ما ليس له وهكذا.

ومن هنا فإن الكثير من قضايا الإعلام يشق عليه فهمها، إذ تعتمد على أمور بعيدة عن إدراكه ومحسوساته، لكنه بلا شك يستطيع أن يستوعب الأمور الإعلامية المتعلقة بما حوله وما يقع تحت بصره وفى محيطه المحدود: البيت، المدرسة، البيئة من حوله لذلك فإن التدريب على تلقى الأخبار يجب أن يبدأ من هذه المنطلقات متضافرة مع ما تقدمه وسائل الإعلام وأجهزتها للأطفال والكبار معاً.^(١٠)

وأخيراً ينبغى القول بأنه حين تثار قضية تتعلق بالأطفال لابد أن تتناول ميولهم ورغباتهم من جانب، واحتياجاتهم ومستلزماتهم من جانب آخر، فقد نلمس ميلاً حاداً من طفل ما تجاه الإعلام، ورغبة شديدة لديه فى تتبع الأحبار، تتبع لما يتصف به الطفل أصلاً من حب الاستطلاع، وما قد يكون عنده شغف من اهتمامات أكثر بهذا اللون من المعرفة، وإشباع هذه الرغبة فرصة رائعة ومدخل طيب لجعل الطفل لا يواكب الأحداث فحسب بل ويعرف خلفياتها، الأمر الذى يتيح لنا

(١٠) فصول من ثقافة الطفل، مرجع سابق، ص ٤٤، ٤٥.

إعطائه جرعة أكبر، وربما بمكسب بعد ذلك من تحليل الخبر، وربطه بما يتصل به من أمور، فصلاً عن محاولة تصور النتائج المترتبة عليه، على أننا دائماً مع الأطفال لا يمكننا قط أن نقف عند ميولهم ورغباتهم، إذ أنهم قد يحبون الحلوى، غير أنه من المستحيل أن يعيشوا عليها، فأجسامهم لكي تنمو تحتاج إلى بقية عناصر التعدية البروتينات والميتامينات وغيرها، وهكذا نحن أمام قضية إعلام الطفل لا يمكن أن نقبل أو نكتفى بما يريدونه، بل لابد من تجاوز ذلك إلى ما يحتاجونه^(١١)

كيف يمكننا تفادي الإعلام السيئ؟

الحقيقة فإن مسلسلات الصحف الأمريكية المصورة «الكوميكستريس» في مجلات الأطفال قد أصبحت حافلة بكل ما هو سيئ، إنها تشيع الفردية والبطولة الواهية. كما أنها تشيد بالرجل الخارق الذي يتمتع الأطفال من خلال القراءة ويشعرهم بعدها بالعجز والإحباط، وينظرة مقارنة سريعة بين الرجل الخارق في هذه المسلسلات وبينه في أدبنا العربي تدرك روعة الكاتب الشعبي العربي، إن المارد والعملاق في حاتم سليمان، ومصباح علاء الدين، وعفريت الرجاجة كلهم يأترون بأمر العقل الإنساني، ولا يتصرفون من تلقاء أنفسهم. ونجد دساتير الأطفال تمنع نشر كل ما يتصل باختطافهم، ولكن هذا الموضوع يلح على مجلات وصحف وروايات الأطفال بدرجة تفزع حقاً، ويات من الضروري من أجل تفادي أضرار هذا الإعلام السيئ أن يلتزم الجميع بهذه الدساتير التي صدرت في الدول الغربية وتبناها اليوسكو في تقريره الشهير، لكنها باءت في السنوات الأخيرة حبراً على ورق!!

هل يمكن رسم استراتيجية واضحة المعالم؟

لا أحد يستطيع أن يزعم أنه في مقدوره أن ينهض برسم استراتيجية واضحة المعالم لإعلام الطفل؛ لأن هذا يتطلب فريق عمل متكاملًا يسعى جدياً لوضع

(١١) المرجع السابق، ٤٥، ٤٦

مثل هذه الاستراتيجية، بعد مريد من الدراسة المتأنية الموضوعية لما لدينا من طاقات إعلامية، إذ أن إعلام الطفل العربي يعنى مجموع ما نملكه حقاً من طاقة إعلامية تسخر له، وهو أيضاً قدرتنا الاتصالية بالطفل متمثلة فى الطاقات الشريفة والأجهزة والقنوات، ثم القوى الأخرى التى تدعم العمليات الاتصالية دعماً غير مباشر، وتتفاعل معها وتؤكد لها، ولهذا كله وعاء حضارى يحتويه، يتمثل فيه الماضى والحاضر جنباً إلى جنب مع رؤى المستقبل القريب والبعيد وهما نستعين بما كتبه الأستاذ «يحيى أبو بكر» حول استراتيجية شاملة للإعلام العربى، فهذا الإعلام مهمته الأولى هى جمع المعلومات وبنائها بشكل مقبول وجذاب وصادق ودقيق وواضح. والذى يحكما فى ذلك هو الوظيفة الاجتماعية للإعلام، الذى لابد وأن نصل به إلى أن يكون فى اتجاهين، وهو يعنى بذلك أن يكون من المرسل إلى المستقبل والعكس صحيح. ولعل ما يعزعا فى حديث الأستاذ «أبو بكر» أن حجم المطبوعات لدينا ١٪ مما فى الدول المتقدمة، وإنا بحاجة إلى مضاعفة مطبوعاتنا مائة مرة لملحق بهم.

لا شك أن النسبة تضاعف وتتواضع إذ لا تتجاوز نسبة مطبوعات الأطفال إلى الكبار فى بلادنا ٢,٥٪، ولم نحاول أن نحسب نسبة مطبوعات أطفالنا إلى مثيلاتها فى الدول المتقدمة خوفاً وجرعاً، والأمر يسحب أيضاً لحجم برامجهم فى الإذاعة والتلفزيون وأعلامهم فى السينما وهكذا.

هذا ويقول الأستاذ «أبو بكر». ما لم نصل إلى الاستجابات الصحيحة لسلسلة ضخمة من التحديات الجديدة الداهمة، فسنفقد القدرة على تدبير أمورنا، وفى صميم هذه الأزمة تعبر الإعلام وأهميته ويعلق الكاتب «عبد التواب يوسف» بقوله: «هذا القول يردده العرسيون، ولنا ندرى ماذا يمكن أن نردد نحن، خاصة بعد أن عرضنا عن إعلام الطفل وتعبير طبيعته وأهميته»^(١١)

(١٢) مصون عن ثقافة الطفل، مرجع سابق، ص ٦.

هي واحد من قصص «اسيموف» في مجال الخيال العلمي، أن طفلاً عام ٢٥٠٠ من الميلاد، عثر على كتاب فحملة إلى أبيه يسأله: ما هذا؟! وشرح له والده أنه كان هناك يوماً ما شيء اسمه كتاب ومدرسة ومعلم. وذلك قبل اختراع المعلم الآلي بشاشته التليفزيونية. إنه يتصور أن الكتاب والمدرسة والمعلم قد احتفت تماماً، وحل محلها جهاز إعلامي تعليمي مبتكر يشتريه الأب لابنه من الأسواق!! ولا يحسب الكاتب «عبد التواب يوسف» (اسيموف) مغرقاً في خياله، لكنه يتصور ويصدق خطوة هذه الأجهزة التي نسميها أجهزة اتصال، وإذا ما انمرد بها صاحبها - كالمعلم الإلكتروني - صارت أجهزة انفصال، ونحن نرفض أن نكتفى بالاتصال، بل ننادي بتفاعل الطفل مع هذه الأجهزة أحداً وعطاءً من أجل مستقبله ومستقبل الإنسانية.

الفصل الثانى

دور وسائل الإعلام فى التنشئة

الاجتماعية للطفل

تمهيد:

دور الإعلام مهم وكبير في تنشئة الطفل التنشئة الاجتماعية السليمة والمطلوبة من المجتمع، وذلك نتيجة ما يحدث الآن من تغيرات حطيرة في تركيب الأسرة حيث احتفت الأسرة الممتدة، أي اختفاء كل من الجد والجدة، واختفت العمات والحالات إلح. هذا بدوره أدى إلى حرمان الطفل من عناية ورعاية وثقافة هؤلاء الذين كانوا يقاسمونهم الحياة داخل الأسرة. وبالتالي يتعاطم دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية السوية السليمة.^(١)

والإعلام INFORMATION هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة، وأخبار صادقة، وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة، وأفكار منطقية، للجماهير.

والإعلام يخاطب عقول الجماهير وعواظهم ويقوم على المرافقة والحوار والإقناع وينزع نزعة ديمقراطية. وعلى هذا لابد أن تتسم العملية الإعلامية بالأمان والموضوعية.

وتهدف أجهزة الإعلام إلى تبصير وتوعية الناس، والتعليم بطريق غير مباشر، والترفيه، والإقناع. وينتظر من أجهزة الإعلام أن تبصر فهم ما يحيط بالناس من ظواهر ووقائع، والاستمتاع، والاسترخاء للتخلص من توترات الحياة، والحصول على معلومات جديدة.^(٢)

وتؤكد من جديد أن الإعلام يلعب دوراً مهماً في عملية التنشئة والتطبيع الاجتماعي والنمو الاجتماعي للرد بصفة عامة وتسهم وسائل الإعلام في الوحدة الثقافية والاجتماعية، والتغريب بين طبقات المجتمع الحديث، وتسهم في عملية النقل الثقافي بين الأجيال.

(١) إبراهيم الشمسي دور الإعلام في تنمية ثقافة الطفل، الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام، ١٩٩٤م، (ثقافة الطفل: شهادات محلية وعربية)، ص ٢٧٦.

(٢) ريدان عبد الباقي علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية، القاهرة: مكتبة عرب، ١٩٧٨م.

وفي حضم الحياة الحديثة، قد نجد بعض بواقي التفكير الحرافي والأنماط والنماذج والتعميمات الجامدة التي لا بد أن يتصدى لها الإعلام الحديث يحاربها ويرود الناس بالمعلومات الأمنية الصادقة.

تعريف عملية التنشئة الاجتماعية،

عملية التنشئة الاجتماعية The Socialization Process أو التطبيع الاجتماعي ويقصد بها العملية التي يكتسب الطفل بموجبها الحساسية للمثيرات الاجتماعية، كالضغوط الناتجة من حياة الجماعة والتزاماتها، وتعلم الطفل كيفية التعامل والتفاهم مع الآخرين، وأن يسلك مثلهم في العملية التي يصبح الطفل بموجبها كائناً اجتماعياً، وتتضمن هذه العملية تعليم العادات الاجتماعية والاستجابة للمثيرات الرمزية، كما تعرف أنها العملية التي تساعد الفرد على التكيف والتلاؤم مع بيئته الاجتماعية ويتم اعتراف الجماعة به ويصبح متعاوناً معها وعضواً كفوفاً فيها.^(٣)

كما يمكن تعريف عملية التنشئة الاجتماعية بأنها عملية تعليم وتعلم وتربية، تقوم على التفاعل الاجتماعي، وتهدف إلى اكساب الفرد (طفلاً فمراهقاً فراشداً فشيخاً) سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسايرة جماعته والتوافق الاجتماعي معها، وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.

وهي عملية تشكيل السلوك الاجتماعي، واستدخال ثقافة المجتمع في بناء الشخصية، وهي عملية تطبيع المادة الحام للطبيعة البشرية في السمط الاجتماعي والثقافة، وبمعنى آخر هي عملية التشكيل الاجتماعي لخامة الشخصية.

(٢) عبد الرحمن العيسوي سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الإسكندرية دار الفكر الجامعي، ١٩٨٤م، ص ١٨٣، ١٨٤

وهي عملية تحويل الكائن الحيوي (البيولوجي) إلى كائن اجتماعي، ذلك الكائن الذي مكث في رحم الأم ينمو حيويًا إلى قدر معلوم وخرج منه لا يعلم شيئًا ليتلقفه «رحم الجماعة» ينمو فيه اجتماعيًا.^(١)

وهي عملية اكتساب الإنسان صفة الإنسانية. فالإنسان لا يكتسب هذه الصفة بفصل خصائصه التشريعية البيولوجية وحدها، ولكن بفصل عملية التنشئة الاجتماعية. ويحكى لنا تاريخ علم النفس حكاية «الطفل المتوحش» الذي عثر عليه في غابة «أميرون» بفرنسا عام ١٧٩٨م، وكان يعيش حتى بلغ من العمر ١٢ عامًا محرومًا من المثيرات الاجتماعية الإنسانية. وقد أفلح «إيتارد» Itard عن طريق وضع برنامج يهدف إلى تنمية الناحية الاجتماعية عند هذا الطفل والتدريب العقلي عن طريق المؤثرات الحسية وخلق الحاجات الإنسانية لديه وتدريبه على الكلام وترويضه سلوكيًا بصفة عامة. وسجع «إيتارد» في تعليمه الانصال عن طريق الكلام وقراءة بعض الكلمات، كما استطاع أن يضبط بعض دوافعه خلال التدريب، إلا أنه فشل في تدريبه على ضبط النفس والتوافق الاجتماعي والتوافق النفسي.

أيضًا «حكاية الطفلين الذئبتين» اللتين عثر عليهما في أحد كهوف الهند عام ١٩٢١م. وكانتا تعيشان مع الذئاب عازيتين، تمشيان على أربع وتأكلان اللحم النيء، وتلعقان الطعام بالعم بدلاً من تناوله باليد لوضعه في الفم، ولا يصدر عنهما إلا همهمات هربية وأصوات لا معنى لها وتظهران العداء للأدميين ونقلتا العنتان إلى مدرسة الإرسالية البريطانية التي عثرت عليهما، فأحررتا تقدمًا ملحوظًا وأنشأتا علاقات اجتماعية عاطفية، وتعلمتا أكل الطعام المطهو باليد وارتداء الملابس وفهم اللغة البسيطة وحب الأطفال الآخرين.^(٢)

Sherif, Muzafer & sherif, Carolyn. An Outline of Social Psychology. (Rev. Ed). New (٤) York: Harper, 1956.

(١) حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، ط ٥، القاهرة. عالم الكتب ١٩٨٤م، ص ٢٤٢، ٢٤٤.

وهي عملية تعلم اجتماعي Social learning يتعلم فيها الفرد عن طريق التفاعل الاجتماعي أدواره الاجتماعية، ويتمثل المعايير الاجتماعية التي تحدد هذه الأدوار إنه يكتسب الاتجاهات النفسية ويتعلم كيف يسلك بطريقة اجتماعية توافق عليها الجماعة ويرتقيها المجتمع. ولهذا يرادف «نيوكوم» Newcomb بين مصطلح التنشئة الاجتماعية، ومصطلح التعلم الاجتماعي.^(١)

وهي عملية نمو يتحول خلالها الفرد من طفل يعتمد على غيره، متمركز حول ذاته، لا يهدف في حياته إلا إلى إشباع حاجاته الفسيولوجية، إلى فرد ناضج يدرك معنى المسؤولية الاجتماعية وكيف يتحملها، ويعرف معنى الفردية والاستقلال، يسلك معتمداً على ذاته، لا ينحصر في سلوكه إلى حاجاته الفسيولوجية فحسب، ويستطيع أن يضبط أفعاله ويتحكم في إشباع حاجاته بما يتفق والمعايير الاجتماعية، ويدرك قيم المجتمع ويلتزم بها، ويستطيع أن يشيء العلاقات الاجتماعية السليمة مع غيره.

وهي عملية دينامية تنصم التفاعل والتعبير إن الفرد في تفاعله مع أفراد الجماعة يأخذ ويعطي فيما يختص بالمعايير والأدوار الاجتماعية والاتجاهات النفسية، والشخصية الناتجة في النهاية هي نتيجة لهذا التفاعل.

وهي عملية معقدة متشعبة تستهدف مهام كبيرة وتتوسل بأساليب ووسائل متعددة لتحقيق ما تهدف إليه.

وهي عملية مستمرة طول الحياة لا تقتصر فقط على الطفولة ولكنها تستمر إلى المراهقة والرشد وحتى الشيخوخة وانظر إلى الفرد خلال مراحل نموه، إنه ينمي باستمرار إلى جماعات جديدة لا بد أن يتعلم دوره الجديد فيها ويعدل سلوكه ويكتسب أنماطاً جديدة من السلوك.^(٢)

Newcomb, Theodore M. Social Psychology, (e rd Impression). London: Tavistock (٦, Publications, 1959.

Kinoh, J. W. Social Psychology. New York: McGraw Hill, 1973. (٦)

أهمية وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية،

تبدو أهمية وسائل الإعلام فيما تتصف به من خصائص عامة تلعب دوراً حاسماً في عملية التنشئة الاجتماعية وهي:^(٨)

١ - أنها غير شخصية، أي أنها لا تحدث تلاقياً أو تعامللاً أو تفاعلاً بين أصحابها وبين الأفراد، كما هو الحال في الأسرة والمدرسة

٢ - أنها تعكس جوانب من الثقافة العامة للمجتمع على جانب كبير من التنوع والغنى بدرجة لا تستطيعها أي وكالة أخرى من وكالات التطبيع الاجتماعي، فهي تعرض أنماطاً من العلاقات الاجتماعية غير مألوفة للطفل، كان يعرض التليفزيون نمط العلاقات الريفية على أبناء المدينة.

٣ - إن أهميتها تتزايد بالنسبة للطفل في المجتمعات الحديثة، وجاذبيتها تتزايد أيضاً، بحيث أصبحت تحتل من وقته واهتمامه جانباً كبيراً، ومن ثم فإن تأثيرها يتزايد ويتعاظم.

هذا، ومن الضروري ونحن ننظر في أثر وسائل الإعلام المختلفة أن نراعي أمرين مهمين:

الأمر الأول: أن ننظر لها نظرة متميزة، أي لا نعاملها على أنها شيء واحد متشابه، فهناك تنوع كبير فيما بينها، من ناحية المادة نفسها وطريقة عرضها وأسلوبه والأداة أو الوسيلة المستعملة في هذا العرض.

الأمر الثاني لا يصح أن مأخذها معصلة عن وكالات التطبيع الاجتماعي المختلفة فهي لا تؤثر وهي مسعرة عن غيرها من المؤثرات الاجتماعية الأخرى وهذه النقطة جديرة بالملاحظة، لأنه كثيراً ما تثار أسئلة عن الأثر الصار لبعض برامج الأطفال في الإذاعة أو

(٨) علم النفس الاجتماعي القوي، مرجع سبق، ص ١١٢.

التليفزيون أو السينما، أو حتى الأثر الصار لوسائل الإعلام جميعها، دونها ما ادراك لهذه الحقيقة، وهي أننا لا نستطيع أن نعرل أثر وسيلة معينة أو برنامج معين عن المؤثرات الاجتماعية المختلفة، ولا عن العوامل الشخصية الخاصة بتكوين شخصية الطفل نفسه.

ما مدى تأثير وسائل الإعلام فى عملية التنشئة الاجتماعية للطفل؟

إن مدى تأثير وسائل الإعلام فى عملية التنشئة الاجتماعية للطفل يتوقف على العوامل التالية.

أولاً: إن ردود فعل الطفل لما يتعرض له من وسائل الإعلام المختلفة تعتمد على عمره، وقد أبرزت دراسة «كاترين وولف»، وهمارجورى فسك» أن الأطفال يتبعون اختياراً ذاتياً فى قراءة الكتب المصورة حسب أعمارهم، فمثلاً يختارون قبل سن العاشرة الكتب المصورة التى تتضمن حيوانات تذهب إلى المدرسة، ويحبون حياة أسرية سعيدة وعادية، ويسلكون بطريقة مقبولة ومرضية، بينما يفضل الأطفال ممن هم فوق الثالثة عشرة الكتب المصورة ذات الصبغة التربوية، والتى تتسم أحداثها وظروفها بالواقعية، والتى تسلك شخصياتها التاريخية أو الأدبية سلوكاً معقولاً^(١)

ثانياً: تؤثر خصائص الطفل الشخصية وما يحققه من اشباع، أو عدم اشباع لحاجاته المختلفة، فى مدى ودرجة تأثره بما يتعرض له من وسائل الإعلام وقد أبدعت «فلمنج» فى وصفها العلمى والفنى، الصادق لما تحققه وسيلة من وسائل الإعلام، هى التى كانت غالبية فى إنجلترا يوم أن كتبت وصفها هذا عام ١٩٤٤م، وهى السينما، ويتضمن هذا الوصف تحليلاً نفسياً - اجتماعياً، لذهاب الأطفال إلى دور السينما، وهو تحليل يمكن أن يلقى

(١) Wolf, Katherine M. & Fiske, Marjorie. The children talk about Comics. in Lazarfield. (٩) P.F. & Stanton. F (editors). communication Research, 1948. 1949. New York: Harper. 1949.

كثيراً من الصوء على أثر وسائل الإعلام الأخرى المشابهة، ترى «فلمنح»
أن السينما مكان تشع فيه عدة حاجات أساسية عند الطفل، فهو: ^(١٠)

(أ) يجد فيها الرفقة والصحبة، ويشارك في خبرة جماعية

(ب) تشبع السيمما عنده الحاجة إلى الاحساس بالخصوصية، إذ هو صاحب
مقعد خاص به دون غيره، دفع أجراً معلوماً، وإن في دفع الأجر نفسه
اعترافاً بالشخص.

(ج) إن عملية اختيار دار عرض معينة، واختيار فيلم بعينه، فيه ممارسة للحكم
المستقل، ولحرية الانتقاء والاختيار، ثم إن له مزيد من الحرية يتمثل
في حقه في تفويم الفيلم من شتى جوانبه بعد أن تنتهى فترة العرض.

ثالثاً: ممّا يحدد مدى وبوع تأثير الطفل بما يتعرض له من وسائل الإعلام المستوى
الاجتماعى والثقافى الذى ينتمى إليه الطفل، فيحدث الإدراك الانتقائى،
وتحدث آثار الأفكار المختلفة والأبطال الذين تصورهم وسائل الإعلام
المختلفة، يحدث هذا كله متأثراً إلى درجة بعيدة بالظروف الاجتماعية
الثقافية التى يعيش فيها الأطفال. وقد أثبتت بعض الدراسات هذا التأثير
وخاصة فيما يتصل بالعدوان فى الأفلام والمسلسلات حيث رآه أطفال
منطقة سكنية متخلعة اجتماعياً وثقافياً سلوكاً مناسباً، بل واجباً، بينما
أصيب آخرون، ينتمون إلى منطقة أعلى من السابقة بصدمة من ذلك
العدوان الصارخ. ^(١١)

رابعاً تلعب ردود الفعل المتوقعة من الآخرين إذا سلك الطفل وفق ما تعرض له
من إعلام، وخاصة جماعة الأقران وأعضاء الأسرة دوراً مهماً فى تأثيره بها،

Fleming, C. M. The Social Psychology of education. London, Kegan Paul, 1944. (١٠)
P. 51 - 53.

(١١) علم النفس الاجتماعى لفرى، مرجع سابق، ص ١١٥.

إذا كان يتوقع أن يكون رد فعل صحبه أو أسرته مؤيداً لهذا السلوك شجعه هذا على إظهاره، وتغير ما قد يكون عنده من سلوك مخالف.

خامساً: ويرتبط بهذا العامل مدى توفر المجال الاجتماعي الذي يجرب فيه الطفل ما يعرض عليه من شخصيات ومواقف وعلاقات، ثم يأتي دور ردود العمل، وهو العامل السابق، إما مؤيداً أو محبطاً.^(١٢)

الأثار التي يحتمل وقوعها لوسائل الإعلام على الأطفال:

١ - الكتب والصحف والمجلات:

إن القراءة تساعد على تعريف الطفل بعالم أكبر من ذلك الموجود في خبرته الحالية، إذ تقترح له دوراً سلوكياً، وغالباً ما تجرى هذه الأدوار الجديدة في الألعاب التي يؤديها بمفرده أو مع زملائه. كما أنها تقترح أيضاً المراكز التي قد ينطلق إلى شغلها كشخص بالغ، وربما يبدأ في التحضير لها بالعمل. إذ أن مادة القراءة عن طريق اشارتها إلى الأبطال والأشرار تساعد المرء على التعرف على ما هو جيد وما هو رديء، وهكذا تسهم بصورة مباشرة في نمو نظام القيم للفرد. وبمعنى أوسع فإن ما يقرأه الفرد يؤثر في ادراكه للعالم، ويسهم في اشباع الحياة التخيلية لديه.^(١٣)

وكثيراً ما يختار الوالدان مجلات وصحفاً معينة لأطفالهما وغالباً ما يتأثر اختيارهم بعوامل متعددة كالطبقة الاجتماعية للأسرة والجنس والعصر وما إلى ذلك ولقد أشار كل من «هولنجشيد» Hollingshead، و«ردليش» Redlich إلى أن الصحف والمجلات المثيرة للعواطف والتي تصور الجنس والعنف لا يروج توريدها في الطبقات الدنيا. وعموماً فإن الآباء باختيارهم لصحف ومجلات معينة

(١٢) علم النفس الاجتماعي، مروج سابق، ص ١١٥.

(١٣) عادل مر الدبر الأشول، علم النفس الاجتماعي مع الإشارة إلى مساهمات علماء الإسلام، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٥م، ص ٣٣٩.

يحيطون أطفالهم برموز لمركز طبقتهم، وأحياناً إلى المركز الاجتماعي الذي يتوقون للوصول إليه. وأحياناً أخرى إلى عصبيتهم السلالية أو العنصرية.^(١٤)

ونؤكد فإن الآباء يقع عليهم العبء في توجيه أطفالهم إلى ما يقرأوه، إذ يجب عليهم قراءة الكتب والمجلات وذلك لارشاد أطفالهم في هذا الفن، فإن من إحدى النتائج لهذه الممارسة أن الآباء والأمهات يتحدثون مع أطفالهم حول موضوعات أثرت في هذه الكتب أو المجلات سواء التي وجدت هوى لديهم أو البعض الذي لا يجد هوى في نومهم، وبالتالي يساهمون في تطبيع شخصية أبنائهم في الاتجاه المرغوب فيه.

٢ - الإذاعة والسينما والتلفزيون:

يبدو أن الإذاعة (الراديو) ما زال يروق بعض الأطفال، بالإضافة إلى أن تأثيره بين الكبار واقع ومؤثر، وهذا يدحض تبؤ البعض في زوال تأثير هذه الوسيلة في عملية التنشئة أو التطبيع الاجتماعي. إلا أن تأثير الراديو على عملية التطبيع الاجتماعي لم تحط بالدراسات التحريية التي يمكن الاستشهاد بها.

ومن الملاحظ أن البيانات التجريبية حول تأثير السينما كثير جداً، خاصة في التأثير على اتجاهات الناشئة، ففي عام ١٩٢٣م من القرن العشرين نشر «بيترسون» Peterson، و«ثرستون» Thurstone نتائج دراسة لهما أظهرت أن الاتجاهات الاجتماعية للأطفال أمكن تعبيرها عن طريق فيلم شاهده. إذ أشاروا إلى أن الاتجاهات العنصرية قد تعبرت إلى اتجاهات متعاطفة بعد رؤية فيلم سينمائي.^(١٥)

كما أن دراسة «ماكوبي» Maccoby أبدت ما جاء به كل من «بيترسون» و«ثرستون»، بالإضافة إلى أن دراسة كل من «باندورا» Bandora و«روس» Ross عام

(١٤) Hollingshead, A.B. & Redlich, F.C. Social class and mental illness, A community study, New York, John Wiley, 1958. P.15.

(١٥) علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص ٢٤٠.

١٩٦١م، أشارت إلى تأثير الأفلام السيماثية على السلوك الإنسانى، إذ يقولان إنه يوجد دليل مبنى على التجربة على أن العدوان يمكن إثارته لدى الأطفال عن طريق مشاهدة الأفلام التى تمثل فيها الشخصيات العدوانية. كما أن السينما ربما تعوق فى تأثيرها التليفزيون، ويرجع ذلك أصلاً إلى المواقف التى يشاهد فيه الطفل كلا من الوسيلتين، حيث أن الفيلم غالباً ما يراه الطفل وحيداً بعيداً عن أبويه فى أغلب الأحيان. فى حين أن مشاهدة التليفزيون داخل المنزل قد تمتص صدمة السينما خاصة إذا كان الطفل بين والديه، وفى محاولتهم لتوصيل المعانى والاتجاهات المرعوب فيها من الفيلم إلى طفلهم.^(١٦)

كما أشارت نتائج دراسة «ويلبر شرام» W Schramm عام ١٩٦١م من القرن الحاضى إلى أهمية التليفزيون كوسيلة إعلامية مساعدة فى عملية التنطيع الاجتماعى، وفيما يلى إيجاز لهذه التأثيرات العامة للتليفزيون على الأطفال:^(١٧)

(أ) مع أن بعض الأطفال يأتى إلى المدرسة وهو متعب بعد سهرة مع البرامج التليفزيونية، إلا أننا لا نستطيع أن نلقى اللوم بالضرورة على هذا الوسيط الإعلامى، حيث توجد دلالات تشير إلى أن رقابة الوالدين غالباً ما تكون متراحية ونتيجة لذلك يسهر الأطفال إلى وقت متأخر من الليل حتى وإن لم يكونوا يشاهدون البرامج التليفزيونية.

(ب) إن العنف الطبسى (مثل إطلاق النار) لا تحيف بالضرورة الأطفال، إلا أننا نجد أن ما يخيف الأطفال حقيقة هو التهديد بالأذى للشخص الذى تطابقوا

(١٦) Bandura, A. & others: Transmission of aggression through imitation of aggressive models, Jour of abn & soc. psy. Vol. 63, 1961. PP. 575:582.

(١٧) لمزيد من الاطلاع حول هذا الموضوع نضرح هذه المصادر
• ويلبور شرام وآخرون: التليفزيون وأثره فى حياة الأطفال، ترجمة: زكريا سيد حسنى، القاهرة: الدار المصرية لتأليف والترجمة، ١٩٦٥م.
• ويلبور شرام: أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة: أحمد فتحى، القاهرة: الهيئة العامة للتطريف والنشر، ١٩٧٠م

معه في الأعلام السيسمائية والأعلام التليفزيونية، أو شيء مذكر لبعض المخاوف في حياتهم الراقعية.

(ج) أما بالنسبة للقدرات العقلية والذكاء، فإن التليفزيون لا يحبط النشاط الحلاق أو التحصيل المدرسي، كما أنه لا يحط من ميول الطفل وذوقه ولا يعوق نمو ذكاء الطفل. وأخطر تهمة يمكن أن توجه إلى مقدمي البرامج التليفزيونية في هذا المضمار هي فشلهم حقيقة في اكتشاف كيف يمكنهم المساهمة بصورة فاعلة في تنمية القدرات العقلية وذكاء الأطفال المشاهدين بدلاً من تسليتهم.

(د) ومع أن التهمة الموجهة إلى التليفزيون بأنه يجعل الأطفال غير نشطين وإيجابيين، فإن الباحثين يشيرون إلى أنهم لم يروا دليلاً أيًا كان نوعه في أن التليفزيون قد جعل الطفل منسحباً أو سلبياً منطوياً غير أنه بالأحرى يشجع ويدعم نقبض هذه السمات. أما بالنسبة للعنف الطقسي فلا توجد علاقة ارتباطية بين ما يرى الطفل في البرامج التليفزيونية وما يسلك ويفعل في واقع حياته.

عموماً، فإن الدراسات على وسائل الإعلام المختلفة قد أكدت الحاجة إلى التربية الخصبة لكي تكون لوسائل الإعلام تأثيرات محددة مرغوب فيها على عملية التنشئة الاجتماعية للوليد الإنساني.

مقترحات لكي تدعم وسائل الإعلام دورها في التنشئة الاجتماعية للطفل:

وسائل الإعلام أداة فعالة وقوية في إرساء القواعد الخلقية والدينية لمجتمع فاضل، واكتساب معايير السلوك السوية، وتستطيع حقاً أن تسمو بالعقل لتحرح أحسن ما به من تفكير وابتكار، وخيال خصب، وفي تشكيل الكثير من الاتجاهات، والتفاعل مع المعارف والمعلومات التي يحتاجها الطفل في سياق مواقف الحياة اليومية وبذلك تكون كل للوسائل الإعلامية في خدمة الطفل من

حلال تفاعله معها، ولهذا نستطيع أن نقول بأن وسائل الإعلام تعمل على تنشئة الطفل تنشئة اجتماعية بناءة مسيرة لثقافة المجتمع بكل ما تحتويه.

على أن ما يجب أن تهتم به وسائل الإعلام فيما يتعلق بدورها في التنشئة الاجتماعية للطفل:

١ - يجب على القائمين عليها أن يراعوا الاهتمام بالمصمون الذي تقدمه تلك الوسائل، بحيث يمكن أن تقوم الحطة القومية لنشيف الأطفال على تأكيد القيم الدينية والإنسانية وتقوية الشعور بانتماء أطفالنا إلى وطن مصرى عربى، وتقوية إحساسهم بالمسئولية نحو المجتمعات التى يعيشون فيها، وتنمية طاقاتهم الحلاقية، وتأكيد الأهمية البالغة لما يقدم للأطفال فى المجالس الثقافية والعسى وأثره العميق فى تكوين أجيال الأمة التى ستحمل عبء تشكيل الحياة فى المجتمع فى العد القريب. ويجب الحرص فى كل ما يقدم للأطفال على استخدام عقولهم وأيديهم وقدراتهم على البحث والحلق والابتكار، وتنمية إرادتهم واستقلالها وثقتهم بأنفسهم، وصقل تدوقهم للمون مع عدم التفرقة بين طفل وآخر.^(١٨)

٢ - أن يحتلف ما تقدمه وسائل الإعلام للأطفال عما تقدمه للراشدين، ذلك أنه قد ثبت خطورة الأثر الذى تتركه المواد الإعلامية المقدمة للراشدين على الأطفال سواء فيما يتعلق بما تقدمه هذه الوسائل (فى وعى الكبار) من قيم واهتمامات ميعملون بوعى أو غير وعى على عرسها فى الصغار، أو لما تتركه المواد المقدمة للكبار فى نفوس الأطفال من انطباعات وذلك لعدم وجود ما يحول بين الأطفال وبين متابعة المواد الإعلامية غير الموحية لهم ولذا يجب مراعاة القيم الحلقية والإنسانية العامة فيما يقدم من برامج للكبار وذلك لما يسببه هبوط مستواها من خطر على الأطفال والناشئين

(١٨) هدى محمد قنوى. الطفل نشئه وحياته، ط. ٢ القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩١م، ص ٧٢، ٧٣

والمراهقين أيضاً وأن تراعى الوسائل الإعلامية في كل ما يقدم للكبار أن الأطفال يتأثرون به مما يستدعى ترشيد هذه الوسائل، وتوجيه العاملين في ميادين الثقافة والإعلام الموجهة للكبار إلى الدور الذي يمارسونه في التأثير على تكوين الأطفال والناشئة.^(١٩)

٣ - أن تراعى وسائل الإعلام المختلفة الموجهة للأطفال سلامة اللغة التي تحاطب بها الطفل، فلكل مرحلة من مراحل النمو مجموعة من الكلمات يكون الطفل قد اكتسبها وتعلمها، ثم تزداد حصيلة اللغوية بانتقاله من مرحلة إلى أخرى، ولن يستطيع الطفل الاقبال على ما يوجه إليه من مواد إعلامية إلا إذا كانت معرّيات لغته في حدود الحصيلة اللغوية للطفل التي يتلقاها، وإلا وجد الطفل المواد الإعلامية صعبة وغير مفهومة مما يؤدي إلى انصراف الطفل عن متابعة المادة الإعلامية لما يحس به من إحباط ومشقة، ومن ثم ينتفى أثرها في التنشئة الاجتماعية.^(٢٠)

(١٩) المرجع السابق، ص ٧٣ (يصرّف).

(٢٠) يعقوب الشاروي حول وسائل الإعلام للطفل، تميم وعظرة مستقبلية، ندوة العمل مع الأطفال، مركز دراسات الطفولة، القاهرة. جامعة عين شمس، ١٩٧٨م، ص ٨١.

الفصل الثالث

دور المادة الإعلامية في إشباع الحاجات الأساسية للأطفال

أولاً، دور المادة الإعلامية في إشباع حاجة الطفل إلى تنمية الذكاء،

نقدم في البداية أهم تعريفات الذكاء، فقد قدم «تيرمان» Terman تعريفاً وظيفياً للذكاء بأنه القدرة على التفكير المجرد، أي على التفكير بالرموز من ألحاف وأرقام مجردة عن مدلولاتها الحسية.

كذلك تعريف «كوهلر» Kohler بأنه: القدرة على الاستبصار، أما «كلفن» Colven معرفه بأنه: القدرة على التعلم.^(١)

وهناك أيضاً تعريفات بمثابة للذكاء منها تعريف «البريد بينيه» Alfred Binet الذي يقول فيه: إنه القدرة على التحكم السليم، ويتألف من قدرات أربع هي: الفهم، الابتكار، السقد، القدرة على توجيه الفكر في اتجاه معين. أما «سبيرمان» Sperman فيعرف الذكاء على أنه: قدرة فطرية عامة، أو عامل يؤثر في جميع أنواع النشاط العقلي.^(٢)

وبما أننا نتحدث في هذا الفصل من الكتاب عن دور المادة الإعلامية في تنمية الذكاء، فإبنا نؤكد أن لوسائل الإعلام أهمية قصوى في تنمية وتطوير الذكاء لدى أطفالنا، وذلك من خلال قدرتها على تقديم خبرات متنوعة وثرية وجذابة لنصار والكبار معاً، ولذلك فهي قادرة على الإسهام في تكوين قيم مرغوبة، ويمكنها أن تشارك في عمليات التعبير في المجتمع. وهناك العديد من الدراسات التي تؤكد الدور العادل والمؤثر لأجهزة الإعلام والاتصال في التأثير على القدرات العقلية للطفل، وتطوير هذه القدرات حتى يشب الطفل قادراً على خدمة نفسه ومجتمعه.

(١) ياسين الكردى: مقاييس الذكاء وأهميتها في عملية التقويم والقياس، بغداد: دار الشؤون الثقافية، ١٩٨٦م، ص ٨٧

(٢) وهين سموت مختار: سيكولوجية الأطفال الموهبين. خصائصهم ومشكلاتهم، أساليب رعايتهم، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م، ص ٢٠.

وحتى نحتر أن الكتب العلمية وكذلك البرامج العلمية التي تقدم للأطفال مؤشراً مهماً للذكاء وتنميته، فالكتاب العلمي يساعد على تنمية هذا الذكاء وعن طريق وسائل عدة.

إن الهدف الأساس من الكتب والبرامج العلمية التي تقدم في وسائل الإعلام من إداغة وتليفزيون وكمبيوتر وإنترنت، هو الإسهام في تنمية وتطوير عقول الأطفال، لأن الكتب العلمية والبرامج العلمية أيضاً هي استطاعتها أن تبني المفاهيم العلمية الأساسية للأطفال، فهي تبدأ بالزمان والمكان، ثم تتناول التغير والتكيف، ثم تقدم التنوع والترابط والطاقة، وكلها أهداف ومحاور للتفكير العلمي المنظم عبر المراحل السنية المختلفة.^(٣)

كما يمكن الاستفادة من الأخبار أو الأنباء العالمية التي تُداع أو تُبث في وسائل الإعلام المختلفة كمحور للحديث الشيق والمثير، لتقديم الكتب والبرامج العلمية للأطفال، وتوجه هذه الكتب والبرامج لمختلف الأعمار.

أهمية الكتاب العلمي لطفل ما قبل المدرسة،

الكتاب العلمي مهم للغاية لطفل ما قبل المدرسة، ولكنه كتاب لولي الأمر من أجل إثناء الطفل، وليس للطفل نفسه وبصاحب الكتاب مجموعة من الصور والسماذح للطفل، ويتضمن تعليمات مبسطة لولي الأمر لكيفية ملاحظة أنشطة الطفل نفسه والأفعال التي يقوم بها، واستثمارها ليكتشف الطفل بعض العلاقات وربما الظواهر البسيطة وليعطى بعض التفسيرات له، فالطفل في أوائل هذه المرحلة يقوم بعدد لا يحصى من النشاطات تتضمن التفاعل مع المكان والزمان والمادة والسببية وكلها تساعد في بناء وتشكيل البيئة المعرفية للطفل.^(٤)

(٣) إسمايل حيد الفتاح عبد الكافي الذكاء وتنميته لدى الأطفال، القاهرة مكتبة الدار العربية للكتاب، ١٩٩٥م، ص ٨٦.

(٤) ولیم عیبد الكتب العلمية للطفل، الندوة الدولية لكتاب الطفل، القاهرة. الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٧م، ص ١٥٤.

أهمية الكتاب العلمي لطفل المدرسة:

أما الكتاب العلمي لطفل المدرسة والتي تشمل المرحلة العمرية من ٦ - ١٢ سنة، وهي مرحلة العمليات الحياتية المجسمة عند «بياجية»، والتي يبدأ فيها التفكير المسمى بالمنطق الرياضي، حيث إن طفل هذه المرحلة يفكر باستخدام العمليات، وأن فكره المنطقي يكون مبنياً بصورة جزئية على التعامل مع أشياء حياتية، فالطفل هنا يستوعب خبرات جديدة وبكيفية بنيت المعرفة السابقة للخبرات الجديدة نتيجة أفعال يقوم بها بناءً على أشياء محسوسة، ففي هذه المرحلة (يترك الطفل الأحكام المبنية على الحواسي، ويبدأ فكره على خواص منطقية معينة).^(٥)

وطفل هذه المرحلة قادر على القراءة، ولذلك يقرأ الكتب العلمية المكتوبة بلغة تتفق مع قدراته القرائية، وتثري جميعته اللغوية، وتهدف أساساً هذه الكتب في هذه المرحلة إلى تنمية ذكائه بقصد تحسين قدرته على حل المشكلات من خلال تدعيم قدراته على القيام بالعمليات المنظومة.^(٦)

أهمية قصص الأطفال في تنمية الذكاء:

القصص سواء أكانت منشورة أو غير منشورة مهمة للغاية لبناء ذكاء الطفل، فهناك من القصص ما تهتم بإثارة خيال الصغير من أجل رفع مستوى ذكائه، فبعض القصص تقدم للصغير قانوناً من قوانين الطبيعة بشكل مبسط في حكاية مثيرة للخيال، ومثيرة للضحك أيضاً، تعيد للأدهان القصة الطريفة التي تروى عن «أرشميدس» عندما خرج من الحمام وهو يصيح «وجدتها» و«وجدتها»^(٧)

(٥) المرجع السابق، ص ١٥٨، ١٥٩.

(٦) الذكاء وتنميته لدى الأطفال، مرجع سابق، ص ٨٩.

(٧) إيهاب الأزهري - حق الأطفال من الذكاء، كتاب الحلقة الدراسية عن كتب الأطفال ومجالاتهم في الدول

المتقدمة، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٥م، ص ٩٦.

ومن القصص التي تسهم في نمو ذكاء الطفل القصص الدينى وقصص
الخيال العلمى وقصص الألغاز والمغامرات التي لا تتعارض مع القيم والعادات
والتقاليد، ولا تحدث عن القيم المحارقة للطبيعة، فإذا ما استغلت قصص الأطفال
التي تثير شعفهم، وتجذبهم، لتنبيه ذكائهم، ولتغل عقولهم تعمل وتعمل إلى جانب
تعليمهم الكثير من القيم والأخلاقيات.^(٨)

وبلاحظ أن القيم لها دور كبير فى قصص الأطفال، فإن أسب القصص
للأطفال ما كانت مشتملة على قيم أخلاقية سامية، تتلاءم مع ما سمعوه وألفوا
تطبيقه فى الأسرة، على أن تقدم بأسلوب مبسط سهل مشوق، مع أفكار وقيم
تربوية، تزيد ثرواتهم اللغوية والمعرفية، وتنمى فيهم حب القراءة الهادفة، والبحث
الجيد المفيد.^(٩)

أهمية كتب الشعر فى تنمية ذكاء الطفل،

الإيجاز والموسيقى عاملان يجعلان الشعر وسيلة مهمة لتنمية ذكاء الطفل
وذاكرته، فالشعر ما هو إلا فن يعتمد أساساً على اللغة، فإذا ما تكون لدى الطفل
رصيد من اللغة نتيجة لحفظه الشعر والاستماع إليه، ساعد ذلك على نمو ذكائه.

والذكاء والذاكرة قدرتان يعتمد عليهما الطفل من أجل الحصول على
المهارات الأساسية فى التعليم وفهم العالم المحيط به والتفاعل معه، فالشعر ما
هو إلا نوع من الإبداع، والإبداع ما هو إلا عملية عقلية تتولد بها أشياء جديدة.

وحب الشعر عند الأطفال قد يخلق فيهم الملكة الإبداعية، والطفل المبدع
يمتاز بقدرة أكبر من الطفل العادى فى الإحساس بالمشكلات، والتفاعل معها،
وهو يتميز أيضاً بطلاقة فى المواهب الإبداعية، ويمتاز بالمرونة والتجديد.^(١٠)

(٨) الذكاء وتنميته لدى أطفالنا، مرجع سابق، ص ١١٩ (يتصرف).

(٩) مدحت كاظم تنمية سلوك الطفل من طريق القصص، الحلقة الإقليمية للقيم التربوية، القاهرة الهيئة
العامة للكتاب، ١٩٨٩م، ص ١١٠، ١١١ (يتصرف).

(١٠) إحسان فهمى شعر الأطفال وعلم النفس، الحلقة الدراسية الإقليمية حول شعر الأطفال، القاهرة
الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٩م، ص ٧٦.

والشعر يشارك في تنشئة الأطفال وتربيتهم تربية متكاملة، فهو يرودهم بالحقائق والمفاهيم والمعلومات في مختلف المجالات، كما يمدّهم بالألفاظ والتراكيب التي تسمى ثروتهم اللغوية وأحاسيسهم. ويساعد أيضاً على انفتاح وفاعلية الطفل في ثقافة المجتمع.^(١١)

ثانياً، دور المادة الإعلامية في إشباع حاجة الطفل إلى الفهم:

إن لعب الطفل المبكر، وتناوله لما حوله، وما يقع تحت بصره ويده ويحسّه هنا وهناك وتنقيبه فيما تحت يده أو حوله. إلح، ليس إلاّ إشباعاً لحاجته إلى المعرفة والفهم، وليس إلاّ رغبة في وجود معنى لما حوله، واكتساب المعارف والمهارات الأساسية لحياته.

ويرى فويليام مكدوجل، أن الذي يجعل الطفل يعبث فيما حوله من أشياء هو حب الاستطلاع والرغبة في فهم العالم.

كما أن الطفل يكتسب معلوماته وتسمو معارفه عن طريق حركاته التي يمارسها بنفسه نتيجة استعماله لعصا، أو عن طريق حواسه المختلفة التي تعتبر أبواب المعرفة، وعن طريق التساؤل والاستفسار عما لا يعرفه، واستخدام مهاراته المختلفة في سبيل المعرفة مستخدماً في ذلك كل ما يتاح حوله من كتب أو دوائر معارف أو برامج إذاعية وتليفزيونية.. إلح إنه يقرأ، ويسمع، ويعمل، ويمارس، ويعبث، ويتأمل وصولاً إلى المعرفة.^(١٢)

إن الأطفال في دور النمو يبدو أنهم متشبعون بمكرة أن هناك إجابات مناسبة لكل أسئلتهم، إن هؤلاء الأطفال في سنواتهم الأولى يسألون، ويعيدون السؤال. إن كل طفل يبدو وكأنه يريد أن يجعل حياته ذات معنى، وذات غرض يمكن التعامل معها وفهمها، إنه يريد أن يرى نفسه في علاقة هادفة مع العالم الذي يعيش

(١١) أحمد سويلم أطفالنا في عبور الشراء، القاهرة. دار المعارف، ١٩٨٥م، ص ٨٩ (يتصرف)

(١٢) كمال دسوقي. النمو التربوي للطفل والمراهق، بيروت: دار النهضة العربية، ١٩٧٩م، ص ١١٥

فيه، وعندما يتقدم به العمر يجد نفسه في مواجهة قطاعات في العالم تبدو غير ذات صلة بعضها ببعض، إنه يذهب إلى السينما، يستمع إلى الراديو، ويشاهد التليفزيون، ويقرأ الصحف والمجلات، وعن طريق هذه الوسائل الاتصالية والإعلامية يعرف أشياء عديدة عن المرض والموت والحوادث والحروب والكوارث والرواج والطلاق والأعياد. إلح، ويلتقط أفكاراً عن العنصرية والديكتاتورية والديمقراطية والطبقات الاجتماعية والحكومة والحرية والعدل والحكمة والجمال. إلح وعندما يتقدم به العمر مرة أخرى يحاول أن يستخلص معنى ذلك، فيطرح مثلاً الأسئلة، ويبحث دائماً عن طريقة ما لاحتوائها كلها

ووسائل الإعلام تسهم بدور فاعل ومؤثر في الوفاء بالحاجة إلى الفهم عند أطفالنا، يستطيع الآباء والمربون أن يبدلوا جهوداً لتوفير مصادر أكثر للمعلومات ويحصلوا على مزيد من الكتب والمجلات والصحف والدوريات تمثل مختلف وجهات النظر لتوزيعها على الأطفال والناشئة ويستطيعوا أن ينتقوا كتباً وصحفاً ومجلات مختلفة لكي تعطى مجالاً أوسع من الموضوعات.

تستطيع أيضاً البرامج الإذاعية والتليفزيونية أن تحل مشكلة الأسئلة التي تتولد لدى الأطفال، وتتصل بمشكلات هي غاية الأهمية على الصعيد المحلي والقومي والدولي، ومثل هذه الموضوعات تتسم بالتمقيد الشديد، ويشعر كثير من الأطفال بالحيرة إزاءها، كل ما ينبغي أن تفعله وسائل الإعلام هو إعداد برامج جماعية يقدم فيها أفراد مختلفون ومتخصصون وجهات نظر مختلفة مما يجعل الموضوعات أكثر وضوحاً، وأن تتبع هذه البرامج الإذاعية أو التليفزيونية فترات مناقشة، وفترات أسئلة، يجيب فيها الصيوف عن هذه الأسئلة، ويمكن أن تصبح هذه الأسئلة موضوعاً لمزيد من الإيضاحات والتفسيرات، وبذلك يشعر الأطفال والناشئة أن وسائل الإعلام تحترم عقولهم وحاجتهم للمهم والعنى، وإذا تم ذلك في جو مناسب لشعر الأطفال بكثير من الأمان الداخلى

وفي المدرسة يستطيع مدير المدرسة أن يرتب مع الصحف المحلية أو الإقليمية، وكذلك مع الإذاعة أو التليفزيون تنظيم سلسلة من الندوات تناقش فيها موضوعات كل فترة على مدار السنة الدراسية، وبعض هذه الندوات يمكن أن تكون مع المعلمين أو الآباء، ويمكن أن تصمم هذه الندوات بعرض الخبراء من داخل المدرسة أو خارجها، ويمكن أن تطبع ملخصات لهذه الندوات وتستخدم كموضوعات للقراءة، ويمكن كذلك للأطفال الذين حضروا هذه الندوات - وهذا شيء ضروري ومهم - أن يقدموا ملخصات شفوية، ويمكن تطبيق ذلك أيضاً على الندوات التي تعقد في الراديو أو التليفزيون.^(١٣)

مازلنا نؤكد أن المحرك الأساسي وراء تحصيل الطفل هو حبه للمعرفة وحاجته إلى المهم، وهذه الحاجة يمكن أن يشبعها الطفل - إلى حد ما - من تعامله مع برامج التليفزيون وما تقدمه من أفكار وأشكال سلوك ومفاهيم واتجاهات وقيم وأصاليب تفكير.. إلخ، ولا شك أن ذلك يساعد الطفل ولو إلى حد ما على أن يتعرف على أسرار الكون وكوامن الحياة ولهذا تنادي التربية الحديثة بمبدأ تعدد الخبرات (وبا حبذا لو كانت خبرات مباشرة)، ويمكن أن يتم ذلك من خلال استثارة تساؤلات الطفل وتوجيهه إلى البحث والاستفسار والمعرفة، لذلك يفضل ألا تعطى هذه البرامج الإذاعية أو التليفزيونية الحلول والمعارف جاهزة للطفل، وإنما توجهه لأن يبحث في الكتب ودوائر المعارف فينمي مهارة القراءة من خلال بحثه عن إجابات لتساؤلاته، على أنه في حلقة أخرى تناقش معهم بعض الإجابات وتشجعهم على الاستمرار في البحث حيث إن نمو الطفل الإيجابي المتكامل غالباً ما يتم على قدر التشجيع والمؤثرات التي يتعرض لها ويتعامل معها

وهنا يبرز بوضوح الدور الذي يمكن أن تلعبه دوائر المعارف للأطفال، حيث تقدم لهم بشكل مبسط الرد على تساؤلاتهم، ومعرفة حقائق الكون وأسرار الحياة،

(١٣) الطفل نشئته وحلقاته، مرجع سابق، ص ٢٧١ (تصرف).

وبهذه المناسبة نحن نتمنى من كل قلوبنا أن تهتم للدولة وسائر المؤسسات بتدعيم مكتبة الطفل المصرى بهذه الدوائر.

ولا شك أن ما يقدم للأطفال فى برامجهم سواء الإذاعة أو التليفزيونية، إذا أراد واصموا هذه البرامج إشباع معظم حاجات الأطفال، فلا بد وأن يتصل بمختلف أنواع الأدب، وأجناسه، ليتيح للطفل أن يعيش تجارب الآخرين، وتتسع خبراته، وتثرى حياته، وينمو فهمه، وتزداد قدرته على التذوق وإحساسه بالجمال، واستمتاعه بالحياة، ويضيف إلى عمره أعمار الآخرين من خلال تعامله مع تجاربهم.^(١١)

ثالثاً: دور المادة الإعلامية فى إشباع حاجة الطفل إلى تنمية المهارات اللغوية،

تعتبر حاجة الطفل إلى اكتساب المهارات اللغوية من الحاجات الرئيسة فى مرحلة الطموحة التى تتعلق بالنمو العقلى، فقد أثبتت البحوث السيكولوجية الخاصة بالنمو العقلى أن التفكير السليم يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنمو اللغوى، ويحسن استخدام الطفل للغة فى التعبير عن أفكاره، فاللغة تسهل تكوين المفاهيم الحسية والمفاهيم المجردة، وتضع الحدود لتعميمات المثيرات ونتائجها. وبذلك فإن اللغة بصورتها اللغوية تظهر قوى من مظاهر النمو العقلى والحاسى والحركى، ووسيلة من وسائل التفكير والتخيل والتذكر، فعلى الرغم من أن الذاكرة تعيش دون لغة، إلا أن اللغة تيسر الذاكرة بدرجة واضحة.^(١٢)

فى فصل سابق بعنوان: وسائل الإعلام وقصية تدهور اللغة العربية، وصعدنا عدة مقترحات لقيام وسائل الإعلام بدورها التنقيصى لنشر اللغة القومية وتنمية حصيلتها لدى الأطفال والشباب، ونحن لا نريد تكرار ما سبق أن ذكرناه. ولكن يمكننا أن نقول، إن ميل الطفل إلى الاستماع للحكايات والقصص خاصة قصص

(١١) الطفل نشأته وحاجاته، مرجع سابق، ص ٢٧٥

(١٢) المرجع السابق، ص ١٦٢.

الحيوانات وقصص البطولة والقصص التاريخية، يمكنها أن تكون وسائل مساعدة في اكتساب الأطفال اللغة. ولا يحى على أحد أن الفصة يمكن أن تكون وسيلة لتربية الطفل وثقيفه وأداة تساعد على نمو المتكامل بوجه عام ونموه اللغوى بوجه خاص. ويمكن من خلالها توريث الطفل خبرة السابقين ونقاليدهم وتزويدهم بثقافة المجتمع. من ها يجب على الآباء أن يستغلوا حب الأطفال للاستماع إلى الحكايات والقصص التى يجدون فيها لذة ومتعة تبرز السرور على وجوههم، وذلك من خلال ما يعرضه الراديو أو التليفزيون أو السينما.. إلخ منها كذلك تشجيعهم على قراءة المجلات والصحف والكتب التى تقدم تلك القصص والحكايات بأسلوب جذاب وشيق يثرى لعنهم العربية.

وعن طريق استماع الأم أو المربية إلى القصص والحكايات التى تعرضها أو تبثها وسائل الإعلام المختلفة، أو عن طريق قراءتها فى الكتب والمجلات المتخصصة يمكنها التقاط بعض القصص لكى تسردها أو تحكيها لأطفالها، فإن هذا السلوك يثير فى الطفل الرغبة فى التفكير وتنمية ملكاته، على أن تختار له ما يناسب عمره وحاجاته حتى ينجذب إليها، ويكرر تمكيده فيما يلقى عليه من قصص وأحاديث وحكايات، ولكن على الأم أو المربية أن تستخدم اللغة استخداماً صحيحاً ودقيقاً، وأن تكون بمثابة نموذج يقلده الطفل ويحاكيه.

نقطة أخرى جديرة بالملاحظة هى أنه لا بد من الاهتمام بأدب الطفل عبر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، فلا يختلف أدب الطفل عن أدب الكبار فى جزمه وأدواته، ولكنه يختلف عنه من حيث الموضوع الذى يتناوله، والفكرة التى يعالجها، ومستوى الأسلوب، وذلك لأن الصغار يحتلقون - فيما يشع حاجاتهم ونية أحاسيسهم ويلائم مداركهم - عن الكبار، بل إن مراحل الطفولة لا يختلف بعضها عن بعض فيما يقدم لها من ألوان الأدب. ومن ثم كان من الضرورى فى أدب الطفل أن تتلقى وسائل الإعلام مادته بعناية بحيث تكون

فى مستوى مناسب من حيث الشكل المعنى، ويكون فيها كذلك من الميراث
اللى تجتذب الساحة الانفعالية عند الأطفال، فيتجاوبون معه ويسعدون بقراءته أو
الاستماع إليه.

هذا ويقوم أدب الأطفال بتنمية ثقافة الطفل، ويعمل على إثراء نموه اللغوى
من خلال: (١٦)

• ما يشتمل عليه من معلومات وحقائق تنمى إدراك الطفل فالمطلع على أية قصة
أو مسرحية أو مقطوعة من الشعر أو الأناشيد الخاصة بالأطفال يجد فيها كثيراً
من حقائق الحياة، ويجد كثيراً من الشخصيات التى تسلك وتعبّر عن عادات
الناس وأعمالهم، وبذلك يدرك بصعاً من المعارف والحقائق.

• ومن خلال أدب الأطفال يستطيع الطفل والشارع أن ينمى لغته فيثزود بكثير
من ألفاظ لغته، ويدرك استخدام التعبيرات، وبذلك يلعب نمو القاموس اللغوى
للطفل دوراً مهماً فى تكوين المعانى الكلية والمجردة بوجه خاص مما يمكن
الطفل من التعبير عن حاجاته وعن عواطفه نحو الآخرين، وتوسيع نطاق الحياة
وكشف مظاهرها المختلفة.

• وفى الأدب - شعره ونثره - يتدرب الطفل على الإلقاء الجيد، وهو من الأمور التى
لا يستغنى عنها الطفل فى حياته المقبلة، وذلك من خلال المناقشات الأدبية
حيث يتدرب الطفل على طلاقة اللسان، وعلى التعود على الإفصاح عما يدور فى
عقله من أفكار، ويستطيع مواجهة الآخرين فى أثناء إلقاءه دون خوف أو رهبة.

وعلى الآباء والمربين والحالة هذه أن يهتموا بأدب الطفل قصةً وشعرًا ونثرًا، وأن
يهتموا كذلك بالوسائل المختلفة التى تقدم بها هذه الصور كمسرح العرائس،
وذلك بأن يعودوا الطفل على حفظ الشعر والأناشيد منذ صغره، وأن يعودوه

(١٦) الطفل تشتهر وحاجاته، مرجع سابق، ص ١٦٧، ١٦٨.

على قراءة القصة ومعرفة أحداثها منذ معرفة أظفاره وحتى قبل تعلمه القراءة والكتابة يمكن من خلال القصص المصورة أن يتبع الأحداث القصصية، وبذلك ينمو الطفل وعده القدرة على تذوق الأدب القصصى، والشعري، والمسرحي، ويستطيع أن يعيش هذا الأدب بقدر الإمكان مما يثرى ثقافته، ويسمى لعنه، ويكسبه الكثير من المهارات اللغوية.

رابعاً: دور المادة الإعلامية في إشباع حاجة الطفل إلى الفن،

يمكن أن تلعب وسائل الإعلام من إذاعة وتليفزيون وصحف ومجلات وكتب، دوراً في توسيع رغبة الثقافة الفنية والتذوق الجمالي للأطفال والناشئة والشباب أيضاً، ومن بين ما يمكن اتباعه عمل برامج أسبوعية لمعالجة قصايا مختلفة هي الرؤية الفنية، تؤكد بالصورة والتحليل والمقارنة والاستنتاج المعاني المختلفة. أما الصحف فنخصص عموداً فنياً تعرض فيه تحليلات لمعارض أو أعمال فنية مصرية وعربية وعالمية يتذوقها الأطفال والناشئة عن طريق كبار النقاد. ومن بين وسائل التثقيف الفني أيضاً الكتب المدرسية التي تُولف لكل صف دراسي بقصد تنمية التذوق الفني والجمالي. وعد هذه النقطة تحديداً بقول الدكتور «محمود بسيوني»: وهذه تكاد تكون معدومة إلى حد كبير في تعليمنا المصري. ثم يقترح علاجاً لذلك فيقول: إنه قد أن الأوان للإعلان عن مسابقات لتأليف مثل هذه الكتب، اقتداء بما هو حادث في اليابان ودول أخرى متقدمة، ثم يضيف: وهناك مصورات لقصص الأطفال وكتبهم العلمية والأدبية بوجه عام، وقد أن الأوان أن يعالج هذه المصورات فنانون ملمون بقوى الأطفال حتى يختاروا من الصور ما يشير الخيال من الناحية الفنية والجمالية، والكتب التي تحتل بالمبكي مارس، والكاريكاتور ورسوم الشرطان الكوميديية تحرف بطوق الأطفال إلى مجالات غير ملائمة.^(١٧)

(١٧) محمود بسيوني: رسوم الأطفال قبل المفسرة، القاهرة: دار المعارف، ١٩٩١م، ص ١٢٩

إن البيت الجميل، والمدرسة المنسقة لا يعدمان حيلة فى نشر الوعى
المسى من خلال الأعمال الفنية أو مستنسخات منها التى توضع فى الحجرات
والصالات والردهات وأماكن التجمع وفى الممرات وفوق جدران السلالم التى
يمر عليها التلاميذ يومياً فى صعودهم وهبوطهم من العصور الدراسية وإليها.

على أنه من العوامل التى لا تساعد على النمو العنى هو عدم توافر الكتب
المرجعية فى المكتبات المدرسية التى يمكن الاستعانة بها لتوسيع إمكانية الرؤية
الفنية لدى صغار التلاميذ، فهذه المراجع تكاد تكون منعدمة، ويقصد بالمراجع
هنا الكتب المصورة جيداً عن حقبات مميزة فى الفن التشكيلي من النوع الذى
يمهد الأطفال ويوسع مجال رؤيتهم الفنية، ويكسبهم المهارات، وأحكام العلاقات،
والقدرة التعبيرية بخامات الفنون التشكيلية على اختلاف أنواعها، وإذا كان لنا أن
نتصور محتويات تلك المراجع الفنية فيمكن القول، نماذج من الفن الحديث
المتصل بفنون الأطفال، نماذج من الفن البدائي، نماذج من الفن المصرى
القديم، والفن الرجبى، والفن الشعبى، وأيضاً نماذج من أعمال المصورين
المصريين المعاصرين، نماذج من الفن القبطى، والفن الإسلامى، ونماذج من
فنون الأطفال المختارة

ويمكن أن تتضمن هذه المكتبة: مراجع عن الطيور والحيوانات والأسماك
ملونة فى ظروفها وبيئاتها الطبيعية وخاصة التى تظهر بوصوح فى بيئة الأطفال
مباشرة كالدجاج، والكتاكيت والأوز والبط والحمام والعصافير والأسماك الملونة
والأرانب وغيرها.

خامساً: دور المادة الإعلامية فى إشباع حاجة الطفل إلى الحب والحنان،

تؤكد الدراسات الحديثة أن الحب يلعب دوراً كبيراً فى نشأة الشخصية
Personality، وهى تشكيل مفهوم الذات Self Concept، بحيث إن إحباط الحاجة
إلى الحب يؤدى إلى تدهور الحالة النفسية والجسمية للفرد.

ولقد كشف علماء النفس عن أن الطفل ليس محتاجاً فقط لأن يحب، بل هو محتاج أيضاً أن يحب، ذلك لأن الحب يمثل عاطفة متبادلة بين أسرته وكل المقربين إليه، سواء في محيط العائلة أو المدرسة أو النادي. إلخ.

والحب حاجة أساسية يتطلبها الإنسان في كل مراحل عمره، إلا أن إشباعها في مرحلة الطفولة يعد أمراً حيوياً وضرورياً، لأن إشباعها يسهم في تشكيل شخصية الإنسان، ويسهم في نموها السليم، حيث يترتب على إشباعها مدى إحساس الفرد بالأمن والطمأنينة، وهو ما تكون عليه الشخصية من مستوى الثقة بالنفس. (١٨)

ويستطيع أدب الأطفال في البرامج الإذاعية أو التليفزيونية إشباع هذه الحاجة إلى حد كبير، فالطفل الذي يشاهد تمثيلية لأسرة سعيدة بأبنائها، يشيع الحب بين أفرادها أحداً وعطاءً قد تناح له الفرصة لبيادلهم هذا الحب، وقد تستقل إليه هذه المشاعر، بل قد ينمض شخصية أحد أفعالها ممن يحيطون بهذا الحب في أسرهم، والحاجة إلى الحب كما هو معروف يبدأ إشباعها في أسرة الطفل ثم المدرسة ثم تتسع لتشمل العالم كله، فالطفل يشعر بسعادة غامرة وهو يتبادل هذا الحب مع الآخرين مع رفاقه أو جيرانه أو أصدقائه.

وكثيراً ما تكون التمثيلات التي تقدم للطفل أشكالاً محتلة للعلاقات مع الناس والكائنات، عاملاً يساعد على توسيع دائرة الحب عنده فتقرس في نفسه الاتجاهات الطيبة نحو الناس، والطفل الذي ينشأ على حب الآخرين يتقبل منهم ضعفهم، ويشاركهم آلامهم، ويرثي لأشكال العجز التي تصيب بعضهم، إنه يتوحد مع الكون، ويحترم فيه عناصر القوة، ويقدر أشكال الضعف ويحس بها، وتوحد الطفل وتعاطفه مع الآخرين يعني أنه يستطيع أن يضع نفسه مكان الآخرين، وبالتالي يحس إحساسهم ويشعر بمشاعرهم. (١٩)

(١٨) ديمق سموت مختار أيلونا وصحتهم النفسية، القاهرة دار العلم والثقافة، ٢٠٠١م، ص ١٦٥، ١٦٦.

(١٩) الطفل تنشئته وحاجاته، مرجع سابق، ص ١٨٨.

وفى قصص الأطفال ما يشبع هذه الحاجة للحب والحنان إلى حد ليس هيناً
فى قصص الكيلانى، وأحمد نقيب، ويعقوب الشاروبى، وعبد التواب يوسف،
وفريدة عويس، وغيرهم، ما يمس هذا الوتر عند الطفل، وما يقدم له من مباح
للعلاقات بين الطفل والآخرين. إن مجرد قصة طائر يحو على صفاره، ويدفع
صهم، كثيراً ما تترك فى نفس الطفل من الإحساس والمشاعر ما تعجز عنه كل
كلمات الوعظ والإرشاد والحث على أن يحب غيره... إلخ.

وعلى هذا، فالطفل الذى يحرم فى حياته من إشباع هذه الحاجة إلى الحب
أخذاً وعطاءً، قد يجد فى القصص التى تصور هذه العاطفة عوضاً وعزاءً ولو إلى
حد ما.

سادساً: دور المادة الإعلامية فى إشباع حاجة الطفل إلى الانتماء

يولد الفرد كائنًا حياً (بيولوجياً) لا يعرف شيئاً عن المقومات الاجتماعية،
لم يتشرب تدريجياً قيم المجتمع وعاداته، بيد أن هذا التشرب ينسم بأنه تشرب
تعالى، فالمرء يقف من المؤثرات الاجتماعية المحيطة به موقف المنتقى، وإن
كان انتماءه فى بدء الأمر لا شعورياً.

ولعل أول قناة اتصال تتوافر أمام الوليد هى تلك القناة الحسية المباشرة
بينه وبين أمه لما تشبعه من حاجات حياتية (بيولوجية) متمثلة فى الرضاعة، ليس
ذلك فحسب، بل لما تشبعه أيضاً من حاجات نفسية (سيكولوجية) كمنحه الحب
والحنو، فيشعر الطفل بالانتماء، ويحس بالولاء أو التوحد بينه وبين الكائن الحى
الذى أنبثق منه.

ومع استمرار نمو الطفل تتسع دائرته الاجتماعية التى يتحرك فيها، حتى
يستطيع أن يتهم ما يجرى فى عالم الكبار، ويشرع فى تكوين صداقات مع من
حوله، ويمكنه أيضاً أن يتهم بعض المعانى الاجتماعية كالتعاون Co operation

والتنافس Competition، ويصير كذلك أكثر قدرة على التعامل مع المفاهيم والتصورات المجردة.

ونستطيع أن نؤكد أن الجنس البشري صار مجبراً على الانتماء، لأن الإنسان كائن اجتماعي بتكوينه، يميل إلى الآخرين، يتفاعل معهم بأن يؤثر فيهم، ويتأثر بهم، فالمرء يرتبط مع الآخرين بمصالح مشتركة تدعو إلى التعاون والارتباط، فيعطى ويأخذ، يتلمس من الآخرين الحماية والمساعدة، وفي الوقت ذاته يشعر بأنه يستطيع أن يمد يد العون والمساعدة إلى الآخرين^(٢٠)

وعلى ذلك يمكن لوسائل الإعلام المختلفة أن تسعى حاجة الطفل للانتماء وتشبعها أيضاً، فنستطيع برامج الأطفال الإبداعية والتعبيرية أن تتناول حركة الطفل في الدوائر المختلفة لتشبع حاجته للانتماء من خلال تصوير العلاقات الطيبة العديدة بينه وبين أفراد أسرته ومعلميه وأصدقائه، وتشعره بمكانته بينهم، وتغرس في نفسه الثقة بذاته ومكانته فتعزز حاجته هذه.

كذلك أن تعمل وسائل الإعلام على غرس الانتماء الوطني في نفوس الأطفال، كأن تدعو إلى خدمة الوطن بلا تنازع أو نزاع، وأن المواطن السوي هو المواطن المنتج سواء أكان إنتاجه مادياً أم معنوياً. وأن يكون التزام المواطن السياسي أو الحزبي قائماً على الاقتناع والإيمان.

أيضاً لابد لتلك الوسائل الإعلامية أن تهتم بنقل التراث الثقافي للأطفال، والذي هو بمنزلة المحزون الاحتياطي الذي يمكن أن يستخدمه في أي وقت مع الاهتمام بالعمق واللغة والعادات والتقاليد. ثم تقديم مبادئ التاريخ القديم أو المعاصر وكيف قدمت أرواحها في سبيل أوطانها.

(٢٠) وفي صيغته مختارة الانتماء وسيلة الشخصية العربية، مجلة الميصل، السعودية دار الميصل الثقافية، نوفمبر / ديسمبر ٢٠٠٠م، المجلد: ٢٩١، ص ٢٠.

سابعاً: دور المادة الإعلامية في إشباع حاجة الطفل إلى الإنجاز:

دافع الإنجاز Achievement Motivation يعنى حاجة الفرد إلى بلوغ النجاح فى أنماط النشاط المختلفة، خاصة التنافس مع الآخرين. وقد بدأت الدراسات المتعلقة بدافع الإنجاز على يد مجموعة من الباحثين الأمريكيين برئاسة «دافيد ماكليفلاند»، ويتشكل دافع الإنجاز طبقاً لما كليفلاند من خلال تربية الطفل داخل الأسرة تحت تأثير والديه، بحيث تأتى الأم فى المقام الأول، ويتألف الأساس الذى يبنى عليه دافع الإنجاز من التداخليات المشوبة بالعاطفة والتى تربط خبرة الطفل العاطفية بأشكال سلوكه. فإذا امتدح الوالدان الطفل فى سنوات طفولته الأولى لنجاحاته، وعاقبوا لإخفاقاته، فإنه يكون مع بلوغه الخامسة أو السادسة دافع الإنجاز الذى يتحول فيما بعد إلى حاجة ثابتة، ويكتشف من خلال الأنماط المختلفة للنشاط الذى يقوم به الطفل^(٢١)

وتسهم برامج الأعمال الإذاعية والتلفزيونية إسهاماً كبيراً فى تثقيف الأطفال وتربيتهم وتشجيعهم، ومن خلال هذه البرامج الخاصة بالأطفال نجد أن الحاجة للإنجاز قد تشبع للطفل من خلال ما يعرضه التلفزيون من قصص البطولة، وقصص الشخصيات العذة الحالدة ذات المكانة المرموقة وغيرها من القصص. فتمثيلية على شاشة التلفزيون تعرض شخصية بطل فى مجال الوطنية، أو رجل دين، أو عالم، أو بطل رياضى، أو أديب كبير، أو شاعر عظيم.. إلخ، قد تشبع حاجة الطفل إلى تأكيد ذاته أو الإنجاز، أو النجاح، لأن الطفل ينمو من خلال التقليد والتقمص، ولو أعجب ببطل التمثيلية فقد يتخذه قدوة له ويقلده وهذه الشخصيات تبرز للطفل مجالات الحياة المختلفة والعمل فيها حين تصور له وظائف المجتمع أو المهن أو الحرف أو السير الذاتية لبعض الشخصيات، وقد يجد ذاته من خلال هذه الأعمال ومن خلال تقليد البطل فيعمل مثله ويقلد حرفه.^(٢٢)

(٢١) ليباوانا وصحتهم النفسية، مرجع سابق، ص ٢٢٢.

(٢٢) الطفل تشجته وحاجاته، مرجع سابق، ص ٢١٠، ٢١١.

ثامناً، دور المادة الإعلامية في إشباع حاجة الطفل إلى المشاركة واحترام الذات،

يحتاج الأبناء إلى أن يشعروا باحترام ذواتهم، وأنهم جديرون بالتقدير والاعتراف. وهم يسعون دائماً للحصول على المكانة المرموقة التي تعزز ذواتهم وتؤكد أهميتهم، لذلك فهم في حاجة إلى عمل الأشياء التي تبرز ذواتهم، وإلى استخدام قدراتهم وإمكاناتهم استحداثاً بناءً. إن السمو السوي للذات وتسمية مفهوم صحي إيجابي لها، يحتاج إلى إشباع هذه الحاجة المهمة والملحة.

والطفل إذا كان غالباً ما يبذل أقصى جهده لإرضاء الكبار المهتمين به من آباء أو معلمين حتى يشبع حاجته إلى التقدير واحترام الذات فإن هذه الحاجة بدورها تنمي تأكيداً لذاته ولا شك أن برامج الإذاعة والتلفزيون المختلفة، وبرامج الأطفال خاصة يمكن أن تشبع هذه الحاجة لدى الطفل. فلا شك أن مشاهدة الطفل لتمثيلية أو فيلم يدور حول سلوك طفل يعمل ويجد وقد يفشل أحياناً، لكنه يمنع الفرصة ليصبح فشله وينجح في النهاية ويأخذ مكانه اللائق في المجتمع، مثل هذه القصة تجعل الطفل يتوحد مع الشخصية التي أحبها، وتجعل الطفل يحاول أن يقلد نجاح البطل والسلوك الطيب الملتزم الذي يشاهده منه، وكذلك مهاراته المختلفة وتعاونته مع أفراد جماعته وشعوره بأنه مرغوب فيه، وأن وجوده ضروري للجماعة التي يعيش بينها. إلح. وهذا كله يشبع عند الطفل هذه الحاجة للاحترام وتأكيد الذات، وتشجيعه على العمل، وإبراز مكانته ومهارته. يستشعر الثقة، ويقلد بطل الرواية أو التمثيلية التي رآها على شاشة السينما أو شاشة التلفزيون في عمله وجده واتحاد قرارات تفيد زملاءه أو إخوته، وبالتالي يحس بضرورة مشاركته لجماعته واحترامه لذاته^(٢٢)

(٢٢) الطفل تنشئته وحاجاته، مرجع سابق، ص ٢٢٠ (بصرف)

الفصل الرابع

دور الإعلام في رعاية الأطفال المعاقين

تمهيد:

من الحقائق التي تدعو إلى الدهشة القصور الحاد في وسائل الإعلام العربية في التعريف بالحقائق المتعلقة بالمعاقين وحقوقهم وسبل رعايتهم، وكذلك ندرة الحملات الإعلامية المؤثرة في القطاعات الصنخمة من الجماهير العربية للتجاوب مع الداءات التي توجهها الأجهزة التي تعمل في قطاع خدمات المعاقين لدعمها مادياً ومعنوياً.

ومن المدهش أيضاً أنه في الوقت الذي تخصص فيه وسائل الإعلام العربية حيزاً معقولاً للمعاقين، تلتزم وسائل الإعلام العربية صمتاً عاجزاً وتجاهلاً لهذا القطاع الضخم من المواطنين.

لقد شهدت وسائل الاتصال الجماهيرى ثورة شاملة أدت إلى ما يشهده الآن من تدفق الأخبار والصور والثقافات فى شتى أنحاء العالم، هذا الإعلام المتقدم قدم خدمات جليلة للمعاقين، فتخصص وسائل الإعلام الغربية ساعات إرسال وبرامج إداعية وتليفزيونية ورسائل إعلامية متنوعة عن الإعاقة والمعاقين ساهمت جميعها فى خلق رأى عام مستنير يقدم مساندة ضخمة لهذا القطاع المهم من المواطنين.

موقع المعاقين على خريطة الإعلام العربية:

هناك حقائق سوف نعرضها لنعرف موقع المعاقين فى وسائل الإعلام العربية

١ - لا ترد أخبار المعاقين فى وسائل الإعلام العربية إلا نادراً، وإن قدمت فهي تترامن فقط مع الدواات العلمية أو المؤتمرات التي تعقد من أجلهم، ويعلب على هذه الأخبار طابع الإعلان.

• اعتمادنا فى إعداد هذا الفصل على المراجع التالية.

(١) عمر عثمان حصر الإعلام وحقوق المعاقين، ندوة حقوق المعاقين، ط١، الشارقة. دائرة الثقافة والإعلام، ١٩٩٤م، ص ٧١، ٨٩ (يتصرف).

(٢) أحمد البربر برامج إعلام المعاقين ورؤية مستقبلية، المراجع السابق، ص ١٣٧، ١٤١ (يتصرف).

٢ - ندرة وجود أعمال درامية متكاملة تعرض مشكلات المعاقين أو همومهم أو حقوقهم من أجل أن يعيشوا حياة كريمة في أوطانهم

٣ - تقل أحبار المعاقين بصورة لافتة في الإصدارات العربية كالمجلات والدوريات. وفي دراسة عشوائية لـ ١٥ مطبوعة عربية (صحف ومجلات) لم تصل نسبة أخبار المعاقين إلى ٢٪ من الأخبار المنشورة.

٤ - تحلو خرائط الإداعة والتليغريون من برامج المعاقين باستثناء بعض البرامج في بعض المحطات العربية.

٥ - لم تبادل وسائل الإعلام العربية تبني حملات لها صفة الاستمرارية في عرض مشكلة الإعاقة والمعاقين.

٦ - تبني الصحافة العربية توجهاً خاطئاً حين تحجم عن نشر أخبار المعاقين أو نشر تحقيقات عن واقعهم الحياتي المعاش.

٧ - أعداد محدودة من الإصدارات الخاصة عن المعاقين تصدر في المنطقة العربية، وهي تحتاج إلى دعم كامل حتى تصل إلى كل الناس وليس إلى المعاقين فقط.

سبلات الرسالة الإعلامية التي تقدم عن المعاقين،

الرسالة الإعلامية عن المعاقين تحتاج إلى تركيز شديد ومصادقية وفهم للتكوين النفسي للمواطنين، ولأنا نعيش في أقطار عربية راسحة القيم الدينية التي تحكم سلوك وتوجهات الأفراد، وتمتلك ميراثاً صححاً من النقاليد والتاريخ الإنساني الذي يدعو إلى الرحمة والتكافل الاجتماعي، لذلك تبدو الرسالة الإعلامية التي تخاطب الوجدان الإنساني، وتحرك المشاعر النبيلة، هي الأقرب إلى القبول من أية رسالة أخرى، وهو ما تتردد وسائل الإعلام العربية في تقديمه للجمهور.

إن الرسائل الإعلامية التي تقدم حالياً لا تعرض الحقائق المتعلقة بالمعاقين مع لمسات فنية ذات أبعاد إنسانية، وهي تبدو سطحية للمعاقين، فهي تشهد بصورة مباشرة طلب المساعدات المادية أو المساندة دون إيصال للأبعاد الحقيقية لمعاناة المعاق وأسرتهم. لذلك علينا أن نوضح أولاً ماذا نقصد بالرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور بشأن حقوق ورعاية المعاقين.

وينبغي أن نعلم أن هناك نوعين من الرسائل الإعلامية: رسالة محددة واضحة، كأن تكون طلباً مباشراً أو محدداً بغرض مساعدة أو مساندة مؤسسة ما ترعى المعاقين سواء بالتبرعات المادية أم الخدمات التطوعية أم غيرها. ورسالة أخرى ضمنية تحاول الوصول بأساليب فنية إلى شعور المواطن العادي للتأثير في ثقافته واتجاهاته السلوكية، كأن تعرض قصة مشورة، أو عملاً درامياً في الإذاعة أو التلفزيون يحكي قصة معاق ليحظى بقبول من الهيئة الاجتماعية وبالمساندة والدعم للمؤسسات أو الجمعيات التي تقوم برعايته هو وأقرانه هذه الرسالة الضمنية يمكن أن تقدم عبر قصص مؤثرة حياة معاق عادي، أو حتى أحد نوابغ المعاقين الذين حاروا على الشهرة أو المكانة الاجتماعية، فهي تبرز إمكان تفوق المعاق في أي مجال تتاح له فرصة المشاركة فيه. وقد نرغم أن هذا التوجه قد أدى إلى نتائج سيئة أو سلبية في بعض الأحيان حيث صورت الميثولوجيا الشعبية ونتيجة لشروع قصص النبوغ والنجاح لبعض المعاقين في التاريخ العربي على أنهم عباقرة ونوابغ أمثال «بشار بن برد»، و«أبو العلاء المعري»، و«طلح حسيب»، و«الرافعي»، و«صباحي الجيار»، وأيضاً المبالغة في عرض قصص نوابغ المعاقين عالمياً. وهذا بالتأكيد تصور خاطيء تماماً، فالمعاق مثله مثل غيره من البشر قد يكون عبقرياً، وقد يكون متوسط الذكاء أو محدود الذكاء، وترديد مثل هذه الأفكار في وسائل الإعلام جعل كل أسرة لديها طفل معاق تنتظر مثلاً أن يصبح عبقرياً، وقد تسوء معاملته عندما تكتشف الأسرة أنه طفل عادي، يرغب حقاً في التألق

لكس في حدود قدراته وإمكاناته. ووسائل الإعلام تخطيء كثيراً حين تتبنى صناعة نماذج وهمية للمعاقين، أو تبالغ في عرضها لتفاصيل حياتهم سواء بالسلب أم الإيجاب.

إن المطلوب فعلاً هو إعلام يكشف الحقائق المجردة عن المعاق، ويعرض المعوقات التي قد تصادفه، وتؤيد حقوقه في الحصول على فرص مناسبة يواصل فيها من أجل حياة كريمة.

هذا لا يمسح بالطبع الإشارة إلى إمكان تفوق المعاق في أي مجال شأنه في ذلك شأن الآخرين، لذا نريد رسالة إعلامية تشجع الجمهور على تقديم أقصى مساندة ممكنة للمعاق، يقول أحد أساتذة الإعلام: إن الإعلام الساجع يعمل على جعل المواطن العادي يستجيب لأفكار معينة، دون تدخل مباشر من الآخرين.

وحيث إن الإعلام - عادةً - يستخدم نتائج بقية العلوم الإنسانية ومساهماتها في دراسة الإنسان ككائن ثقافي مثل: علم الأنثروبولوجيا والتاريخ والاجتماع وعلم النفس والطب وعلوم اللغة وغيرها، فإنه يستخدم على سبيل المثال، أحدث وأشهر نظريات علم النفس السلوكي حول المثبر والاستجابة، مثلاً - تسعى الدوائر المهمة برعاية المعاقين دائماً إلى إيجاد صيغ علمية وفنية لرسائل إعلامية حول المعاق وحول أهدافها، فإذا كانت الرسالة الإعلامية بليغة فإن ردود الفعل عادةً تكون ممتازة، فالإعلام الواعي المطلوب في منطقتنا العربية عليه أن يعتمد على مجموعة رسائل إعلامية تساهم في إشراك الجمهور في مشكلات المعاقين عن طريق عرض معلومات أو أفكار صحيحة بعيدة عن المبالغات، وتكوين صورة ذهنية دائمة عن هذه الفئة، وتحفيز القيم الدينية والأخلاقية التي تدعونا جميعاً إلى التكافل الاجتماعي والتضامن. نحن على ثقة بأن تاريخنا الإنساني قد وضع لنا الأسس النموذجية في التعامل، لكننا في حاجة إلى إعلام قوى يحول هذه الاتجاهات الراسخة إلى رسائل إعلامية واعية يقلل عليها الناس بصورة ديناميكية،

فالإعلام مطلب رئيس، مهما كانت درجة التكافل بين أفراد المجتمع، إنه ترسيخ للقيم الدينية والاجتماعية والتوجهات الإنسانية، وهو أيضاً عامل للخروج من دائرة الأسرة والأهل والأصدقاء إلى دائرة أوسع وأشمل، هي المجتمع بأسره.

إن الكثير من المشكلات التي تصادف المعاقين قد تعجز الأسرة في أن تجد حلولاً مرضية لها، أما إذا حدث تكافل ونكاتف للمجتمع فمن الممكن أن توجد حلول رائعة لهذه المشكلات، على سبيل المثال تتطلب رعاية طفل معاق إعاقة مزدوجة، أي إعاقة ذهنية وجسمية، إمكانيات تفوق أي فرد أو أسرة، وقد ترهق أي جهاز حكومي يعنى بعثات كبيرة من المعاقين، لكن لو نبني بعض الخيريين فكرة إنشاء مثل هذه المؤسسة الحضارية، ووجدت الدعم من الجمهور، فإن هذا الحلم يتحقق، وترفع عبئاً ثقيلاً عن كاهل مجموعة كبيرة من العائلات التي لديها طفل معاق.

إن علينا ونحن تناقش حقوق المعاقين ورعايتهم وتأهيلهم أن نبحث عن الرسائل الإعلامية التي يمكنها توصيل هذه الحقائق للجمهور، وأن تلقى الأضواء على مؤسسات وجمعيات رعاية المعاقين، فالجمهور من الوعي بحيث يسارع إلى دعم المعاقين إذا استوعب المعوقات التي تصادفهم، ونحن لا نبحث عن تأثير وقتي يزول بمجرد انتهاء المؤثر أي الحملة الإعلامية، وهو خطأ علمي ما زال يعيشه بعض المهتمين والعاملين في حقول رعاية المعاقين.

إن الهدف المنشود من الرسالة الإعلامية هو تكوين اتجاهات وميول وجدانية عميقة لدى الجمهور، وهذا يتطلب جهداً مبرحاً في وضع الاستراتيجيات، وفي مراحل التنفيذ عبر الوسائل الإعلامية.

الرسالة الإعلامية والمشاركة الوجدانية:

كان من نتائج استخدام علم النفس في صناعة الإعلام شأنة نظرية المشاركة الوجدانية أو «التقمص الوجداني» أو ما يسمى «إمباثي» (Empathy،

والمقصود بها إيجاد علاقة حميمة من الاتصال بين ذهني المرسل ووجدان المتلقي، بمعنى أن الرسالة الإعلامية الجيدة يمكن أن تلقى قبولاً عند المواطن العادي تستطيع أن تحفر قدراته على الفهم لدقائق الرسالة. فعلى سبيل المثال لو نجحت رسالة إعلامية عن الإعاقة والمعاقين في الوصول إلى عقل ووجدان فرد ما، فسيقوم بالتالي بردود فعل إيجابية لدعم المعاقين، وهذا يتطلب أن تكون الرسالة واضحة جداً في التعبير عن الواقع وعن المطلوب، وذلك بالاعتماد على عرض أمين لمشكلات المعاق، وسيتبع ذلك تحرك سيكولوجي (نفسى) للمواطنين الذين استوعبوا الرسالة. ويمكن تبسيط الفكرة بافتراض أن الرسالة الإعلامية نجحت في جعل المتلقي يسقط هموم المعاقين على نفسه، ويتصور نفسه في ظروف المعاق، ويعايش مشكلاته. ويقول علماء النفس السلوكي إن هناك أساليب متعددة لإيجاد المشاركة الوجدانية عند الجماهير. وفي مجال المعاقين هناك إمكانات ضخمة لتحريك مشاعر الجمهور العربي لمناصرة هذه القضية الإنسانية.

الرسالة الإعلامية والمحافظة على القيم والتقاليد:

ماذا يمكن أن تتضمن رسالة إعلامية عن المعاقين في الأفطار العربية التي اشتهرت برسوخ مكوناتها الاجتماعية والنفسية والسوسولوجية، ما هو المطلوب من جمهور نقى يتمسك دائماً بشعائره الدينية؟ إن الرسالة الإعلامية لمثل هذا الجمهور تبدو واضحة، لكن الأمر يتعلق أساساً بشكل الرسالة وأسلوب الصياغة، والجواب الفنية المتعلقة بالتصميم والإعداد والتنفيذ، كذلك الوسائل الإعلامية التي ستقل الرسالة في صورتها الأخيرة، وهي مسئولية جميع الدوائر التي تشترك في خلق الرسالة. ومن المهم أن تلتزم الرسالة بتعاليم الأديان السماوية، وأن تتضمن القيم والتقاليد، وتتواءم مع عادات المجتمع العربي حتى تجد قبولاً لدى الجمهور، إن أية رسالة إعلامية تتناول مشكلة اجتماعية عليها أن تلتزم بكل ذلك،

وفى البحث عن جسور فهم التعاطف بين الجمهور وبين القطاع الذى يعانى من المشكلة المذكورة.

كما أنه من الصعب أن يتصدى لإعداد الرسالة الإعلامية عن المعاقين من لا يعرف الحقائق العلمية الأساسية عن مشكلة الإعاقة، أسبابها، أنواعها، أساليب العلاج والتأهيل والتدريب لكل منها، فأبداع الرسالة الإعلامية عن الإعاقة والمعاقين يتطلب فهماً عميقاً للمشكلات التى تسببها الإعاقة، وكيفية التغلب عليه، والدور المطلوب من المعاق ومن المجتمع، وإبداع رسالة إعلامية ناجحة يتطلب أن يكون معد الرسالة على درجة عالية من المقدرة والموهبة إلى جانب ثقافة معقولة، وفهم للمعاق والمجتمع الذى يعيش فيه، كذلك إدراك كامل للمشكلات العلاجية والتأهيلية والتدريبية والاجتماعية والمادية التى يواجهها المعاق، وهى مهمة ثقيلة خاصة فى المؤسسات التى ترعى مجموعة كبيرة من أصحاب الإعاقات المتعددة، فكل إعاقة هى عالم مستقل له همومه ومشكلاته ففقدان الأطراف أو الشلل الجسمى الجزئى أو الكامل يحتلف عن إعاقات أطفال مثل الصمم أو كف البصر، وهذه أيضاً تحتلف عن إعاقات الشلل الدماغى، وكل منها تتدرج فى الحجم والنوعية. على ذلك فهناك رسائل إعلامية عامة عن المعاقين تشملهم جميعاً وتنشد تكريس حقوقهم، وهناك رسائل لثمة محدودة من أصحاب الإعاقات، وكل رسالة تحتاج إلى إمكانيات وقدرات خاصة حتى تتحقق الأهداف المنشودة، وهى لذلك (الرسالة الإعلامية) يجب أن تكون واضحة، وتعتمد على حقائق علمية موثوق بها، تعرض للإعاقة، أسبابها، طرق الوقاية منها، العلاج والتأهيل والرعاية.. إلخ.

ومن المهم أن تحدد الرسالة الإعلامية ما تريده تماماً، وأن تراعى الأصول العلمية والطبية والتأهيلية، وأن تشدد الأهداف المرسومة بدقة لتحريك مواطني الجمهور، وأية أفكار غير مدروسة جيداً قد تسبب سلبيات ذات انعكاسات خطيرة،

على سبيل المثال: ذكرت بعض الوسائل الإعلامية التي صدرت عن جهات تحاول التصدي لمسببات الإعاقة أن زواج الأقارب من أسباب ميلاد أطفال معاقين، وهذا كلام غير دقيق، فزواج الأقارب لا يحتم بالضرورة ميلاد أطفال معاقين إلا في حالات وجود أمراض وراثية في العائلة ونسبتها لا تتجاوز ٣/٧، ولو أدركنا أن معظم الریجات في الوطن العربي تتم أساساً بين الأقارب، لأدركنا حجم الإزعاج الذي تسببه مثل هذه المعلومات الحاطة، ولنا أن نتساءل: هل يتعاطف الجمهور مع هذه الرسالة؟ إن المطلوب في أي رسالة إعلامية عن المعاقين أن تتحرى الدقة الكاملة والتامة، وأن تستند إلى أساليب علمية لا تقبل الشك.

هناك ايديولوجيات شعبية لا يمكن المساس بها، والتقاليد السائدة هي التي تهب المجتمع استقراره وهناءه الاجتماعي، على ذلك يجب أن يتمسك محفظو ومنفذو البرامج الإعلامية عن المعاقين بالموضوعية التامة في عرض الحقائق، وأن تكون أفكارهم مبنية على حقائق علمية لا تقبل الشك، ومن المهم أن يشارك في مراجعة المادة العلمية في الرسالة الإعلامية استشاريون ومنحصبون في النواحي الطبية والعلاجية وربما في النواحي السوسولوجية، ويجب أن نعلم أن الرسالة الإعلامية الساجحة يكون تأثيرها قوياً في المتلقي، وأن أي سلبية في الرسالة قد تؤثر في إيجاد اتجاه مضاد لما تنادي به الرسالة الإعلامية.

كيف تؤثر الرسالة الإعلامية في الجمهور؟

يتسم عصرنا هذا بالوعي الصاج لدى معظم فئات المجتمع، لذلك نأمل في استخدام صحيح للوسائل الإعلامية من أجل إيصال رسائل إعلامية ذات تأثير إيجابي في المتلقي، والمعروف أن الظروف الاجتماعية والتوجهات الدينية تحدد مدى استجابة المتلقي لمضمون هذه الرسائل، ومود أن تؤكد أن الإنسان العادي مهما كان مستواه الثقافي والاجتماعي والمادي قادر بالفعل على تقديم المساندة

للمعاقين، وهو يرغب في ذلك لما يؤمن به من قيم ومثل دينية، وعبر معاهيم الأخوة الرحيمة والمواطنة المخلصة.

وننوه بأن بعض الرسائل الإعلامية التي تصدر عن بعض مؤسسات المعاقين تتضمن مبالغات غريبة، فهي تصور مراكزها الدعائية كأنها مدن أسطورية، يعم فيها المعاق بحياة رعدة، بل تصورهم دائماً ككائنات سعيدة ترسم البسمات على وجوهها، وهي صور رغم أنها قد تكون صحيحة أحياناً، إلا أنها لا تساهم في خلق المشاركة الوجدانية التي تتطلبها حقيقة كون الإنسان معاقاً، ونجد ذلك أيضاً بكثافة في الإعلانات، فلا يوجد إعلان نصادفه حتى الآن يعبر عن لحظة ألم لمعجز المعاق من تحقيق شيء عادي في حياته كإنسان، ونظنها الصورة البليغة التي يمكن أن تحرك عواطف أي إنسان.

هناك بالطبع ماخذ كثيرة على أساليب الإعلام عن عالم المعاقين، وهو عالم في حقيقته يعاني من معوقات كثيرة، ونحن لم نستفد من التجارب الإعلامية في حقل رسائل المعاقين الإعلامية في أوروبا وأمريكا، وهي تجارب كتب لها النجاح، فالرسائل الإعلامية عن المعاقين هناك تعكس ما يعانيه المعاق، وهي تؤكد على العقبات والمشكلات التي يصادفها المعاق في حياته اليومية، مع إبراز تفصيل المجتمع في منح المعاق حقوقه الأساسية، مع الاحتفاء أيضاً بأى إنجاز حصارى من أجل المعاقين.

وهي مطلقنا العربية جهود حثيثة لتبني إشراك المواطنين في هموم المعاقين، ونكريس حقوقهم المشروعة من أجل حياة إنسانية متوازنة في ظل ظروف الإعاقة، هناك مجهودات إنسانية في بلدان عربية كثيرة، فمادا لو تم تنسيق الجهد الإعلامى فيها جميعاً بحيث تبنى أسبوعاً للمعاق؟

لقد شهد العقد الأخير من القرن المنصرم حماساً عالمياً من أجل المعاق، كرمته هيئة الأمم المتحدة كعقد للمعاقين، لكنه مر على عالمنا العربى في هدوء

يدعو إلى الدهشة، كان من الأجدر بإعلامنا العربى أن يخصص مساحات معقولة
فى كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة. كان من المهم أن يتبنى
كل بيت تقديم شيء للمعاق، أشياء كثيرة فانتنا فى العقد العالمى للمعاق!!

نحن إذاً فى حاجة فعلية لإعادة تشكيل استراتيجيات إعلامية متقدمة فى
مجال المعاقين، يساهم فيها منعذو الرسائل الإعلامية، بدور فاعل، أقصى أحلامنا
أن تكون الرسالة الإعلامية عن المعاقين ناجحة، تنفذ إلى القلب والوجدان
مباشرة وتخطب العقل وتتحول إلى سلوك حصارى عند كل فرد يدفعه لخدمة
المعاق. نحن نبأغ كثيراً إذا قلنا إن المعاق فى بعض بلداننا العربية يحظى برعاية
متكاملة، وقد يكون ذلك صحيحاً بالنسبة لفئة محدودة جداً من المعاقين، ولكن
هناك مئات الألوف من المعاقين، وبشتى أنواع الإعاقة يواجهون صعوبات حقيقية
فى نصالهم من أجل حياة إنسانية كريمة. مازال الجمهور بعيداً عن هموم المعاق
وحقوقه التى تتمثل فى الاحترام والتقدير لظروف إعاقته، وحقوقه فى حياة عادية
- كأى مواطن - فى التعليم أو التوظيف أو الصمان الاجتماعى، وتأمين مستقبله.

إعلام المعاقين وخطوات المستقبل،

لا يمكن النظر إلى الرسالة الإعلامية المأمولة عن المعاقين دون اعتبار
لوسائل الإعلام ذاتها نحن بالفعل نملك وسائل إعلامية متقدمة للعاية، ولا شك
لحظة واحدة فى إحلاص ورعة المسئولين عنها فى مساندة الجهود المبذولة من
أجل المعاقين، لكن الأمر يحتاج لما هو أكثر من الحماس الشخصى والتوجه
الإنسانى النبيل.

إن المسئولين عن رعاية حقوق المعاقين بوسعهم مد جسور من التعاون
الوثيق مع المسئولين عن وسائل الإعلام، بحيث يمكننا إشراك هذه الوسائل
ليس فقط فى تنفيذ الرسائل الإعلامية بل فى خطوات إعدادها وتنفيذها. من
المهم جداً وضع تشريعات تحتم على وسائل الإعلام المشاركة بجهود دائمة من

أحل تكريس حقوق المعاقين. والتخطيط هو أول الطرق لوضع سياسات إعلامية متقدمة، ليس لخدمة المعاق الذي يمثل جانباً عزيزاً من هذا الوطن، بل لايقظ الوعي الوطنى والمواطن السبيل للجمهور حتى يحظى المعاق بحقوقه التى يحكى عنها، وحتى تتحقق آمالاً جميعاً فى الارتقاء بالرسالة الإعلامية عن المعاقين.

على أية حال لا جدال فى أن موضوع المعاقين لم يأخذ حقه، ولم يحظ بالاهتمام الكافى من جانب الإعلام العربى مقارنة بما تقدمه أجهزة الإعلام الأجنبية فى هذا الميدان.

وقد ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات للهوض بأجهزة الإعلام نحو المعاقين:
أولاً: تشكيل لجنة إعلامية على مستوى الوطن العربى تضم فى عضويتها ممثلاً من كل دولة، وتكون من مهمات تلك اللجنة الرئيسة تقديم البرامج الإعلامية الهادفة من خلال الوسائل المسموعة والمرئية والمقروءة.

ثانياً تتولى تلك اللجنة التنسيق بشأن تبادل البرامج بين الدول الأعضاء بعد مناقشتها والتحقق من مدى تحقيقها للأهداف التى تشكلت تلك اللجنة من أجلها.

ثالثاً. تشكيل لجنة إعلامية على صعيد كل دولة، تكون مهمة تلك اللجنة التعرف على حجم الإعاقة، والأسباب المؤدية لارتفاع نسبتها، والقيام بحملات من التوعية والإرشاد تشمل كافة قطاعات المجتمع من خلال الندوات والنشرات التثقيمية والتربوية، إلى جانب تقديم البرامج الماعلة والهادفة من خلال الإذاعة والتليفزيون والصحافة بأنواعها المتعددة، ولا شك فى أن هذه اللجنة ستكون رافداً قوياً للجنة المشكلة على مستوى الوطن العربى

رابعاً. لا شك أن اللجان المحلية أو العربية لا يمكن لها أن تقوم بدورها بشكل صحيح وموضوعى إلا إذا صممت فى عضويتها استشاريين فى علم النفس ممن عملوا فى ميدان الإعاقة، ولهم تجاربهم وخبراتهم فى هذا الميدان

خامساً: مراقبة الأفلام والمسلسلات العربية، والعمل على الاتصال بالجهات الإعلامية المختصة لوقف تلك الأفلام والمسلسلات التي تستهزئ بالمعاق، وتحط من قيمة قدراته، وتزججه في تلك المواد الفيلمية والتمثيلية بهدف إضحاك الناس، وقد تصوره أحياناً بالشذوذ والاحلال

سادساً: التركيز على إبراز قدرات المعاقين الذين تخرجوا في بعض المدارس أو المعاهد أو المؤسسات الخاصة وعملوا في بعض القطاعات سواء أكانت حكومية أو خاصة، وذلك بهدف توعية المجتمع بما لهذه الفئة من قدرات يمكن لها أن تقوم بواجب العطاء إذا وجدت الرعاية والتدريب والتأهيل

سابعاً: العمل على حث شركات الإنتاج السينمائي العربية على تقديم أعمال عن المعاقين تؤكد حقهم في الحياة والتعلم والتدريب، وفي نفس الوقت تؤكد للمجتمع قدرتهم على العطاء.

ثامناً: تقديم برامج للأسرة بشكل عام وللمعاق بشكل خاص من خلال المحاضرات والندوات والبشرات والأفلام والتوعية الحقيقية بهدف إبعاد الأسر عن الأساليب اللا إنسانية التي تستخدمها مع المعاقين.

تاسعاً: العمل مع كافة الوزارات والمؤسسات بشأن توفير متطلبات المعاقين كالطرق، والمواقف الخاصة، والتسهيلات المرورية، والخدمات الأخرى بشكل عام.

عاشراً: قيام الإعلام بدور كبير بالتعاون مع إدارات المرور في الدول بهدف الحد من الإعاقة الجسدية الناتجة عن الحوادث المرورية المعرعة. وكذلك قيام الإعلام بتوعية الأسر وضرورة إجراء الفحوصات الطبية اللازمة قبل الزواج

الفصل الخامس

دور الإعلام في تنمية الوعي السياحي للأطفال

تلعب السياحة للأطفال دوراً مهماً في إشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، ولهذا تؤكد الدراسات على الإكثار من برامجها الخاصة بالأطفال لأهميتها في تزويدهم وتنقيتهم، أو الترفيه عنهم، أو حتى علاجهم.^(١)

ومن جهة أخرى تشير الدراسات إلى أن العمليات والخصائص النفسية والقدرات العقلية كالإدراك والتفكير والتذكر والتأمل... إلخ، لا تتوافر للأطفال في شكل عطاء موروث، وإنما تنمو وفقاً لاستشارة إمكانات النمو بالمنبهات الثقافية الملائمة وتعتبر السياحة من بينها لما يعايشه الطفل خلالها من مظاهر، وبالتالي تصبح ذات أثر كبير في حياتهم، وتشير الدراسات كذلك إلى أهمية الانتقال المادي من مكان إلى آخر في حياة الأفراد، وطبيعي أن سياحة الأطفال تعنى انتقالهم مع أسرهم أو في مجموعات من منطقة إلى أخرى بهدف التثقيف أو التعليم أو الترفيه أو الاستجمام أو العلاج أو الرياضة، وتعتبر مصدراً مهماً من مصادر معرفتهم عن العالم المحيط بهم والظواهر والعلاقات القائمة فيه. وبالرغم من ذلك نلاحظ قصوراً في حركة السياحة الداخلية أو الخارجية بين أطفالنا بعكس ما نلاحظ في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية وبعض الدول العربية الخليجية مما يدفعنا لمؤكد على زيادة برامجها ودفع حركتها وتنشيطها من أجل إشباع حاجات الأطفال الذين يشكلون نسبة عالية تصل إلى ما يقرب من ٤٠٪ من مجموع سكان مصر، وتعد مرحلة الطفولة حجر الزاوية التي تعتمد عليها المراحل اللاحقة من حياة الفرد، فهي من أهم مراحل نموه وهي بمثابة المرأة التي ترى من خلالها مستقبل أمتها باعتبار أطفالنا اليوم هم رجال الغد.^(٢)

(١) صباه الدين أبو الحب. الطفل وعلم النفس، من إعداد الإذاعة والطفل، سلسلة دراسات وبحوث إدارية،

القاهرة، مارس ١٩٨٠م، رقم: ٢٤، ص ٦

(٢) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٤٧

أهمية السياحة الداخلية لأطفالنا:

تتميز بلادنا بخصائص مهمة تجعلها تؤكد على أهمية سياحة الطفل الداخلية من أجل زيادة معرفته ببلاده، خاصة وأن بلادنا تعتبر أصحح متحف طبيعي على ظهر الأرض، الأمر الذي يصفى عليها مكانة خاصة، فقد تجمعت على امتداد مصرنا العالية من الإسكندرية شمالاً وحتى أبو سنبل جنوباً، ومن واحة سيوة غرباً حيث معبد آمون، وحتى دير سانت كاترين في سيناء شرقاً، تراث روحي وفكري وفي أصيل تواصلت حلقاته وتكاملت منذ العصور القديمة وحتى بداية العصر الحديث، فقدمت للبشرية من الإجازات والمعلومات في مختلف مجالات المعرفة كالمعمار والفنون والعلوم والطب لتمثل أحقاً متعاقبة في مختلف العصور الفرعونية والمسيحية والإسلامية والحديثة والتي تجسد أصح تراث فكري وروحي، ويعتبر جزءاً من دانيثنا التي يجب أن يعلمها وينحبرها أطفالنا، خاصة وأن تتبع أطفالنا لمسيرة بلادنا الحضارية على مر عصور التاريخ جدير بأن يروع الثقة في نفوسهم، ويزيد من حبهم لوطنهم، وبالتالي يريد من ولاء الطفل وانتمائه لوطنه حتى ولو غادر بيثته الحضارية الأصلية، والانتماء الذي يحتاجه اليوم لأطفالنا هو في مجمله الاحساس بأن ما ولدنا فيه من قيم ومعايير وعادات جيد ومفيد وفعال ومواكب حضارياً وعاطفياً، أو الممارسة من مكان الاغتراب من طريق الاحساس الذاتي بأن ما خلعه الفرد وراءه لا يزال يحيط به عادات وخلقاً.^(٣)

وتحرص الدول المتقدمة على أن يشب أطفالها على ثقافتها وقيمها وعاداتها، ويعتقد أن تعميق المعرفة بتاريخ مصر وأثارها يمثلان جانباً مهماً ومطلوباً لأطفالنا، لأن الوعي التاريخي والأثرى يعاون في اكتمال الثقافة القومية وإبراز الشخصية والوطنية وإحداث التلاحم والتواصل والتكامل بين الماضي والحاضر والمستقبل.

(٣) ياسين العيوطي الاغتراب كيف يتحول إلى انتماء؟ مجلة تنمية المجتمع، القاهرة، ١٩٨٤م، العدد الرابع، ص ٢١

تنمية الوعي السياحي للأطفال:

ولأهمية السياحة في تنمية معلومات الطفل وخبراته وعواطفه ووجدانه ومعاونتها في تكوين مفهوم إيجابي للطفل نحو بلده، وتكوين العلاقات والتدريب على مهارات التعامل الاجتماعي والاعتماد على النفس، وتحريك خياله وتوسيع أفقه والإجابة على تساؤلاته ولما تحفقه لهم من إقناع فكري ووجداني ولما تجلبه لهم من سرور تؤكد على تصاهر كل الجهود الاتصالية الخاصة برعاية وتشويق الطفل المصري وأهمية التنسيق والتكامل بينها في هذا المجال لتنمية الوعي السياحي سواء كانت مباشرة كالأسرة ودور الحضارة ورياض الأطفال والمدارس وقصور الثقافة ونوادي الطقولة . إلح وكذلك وزارة السياحة وهيئة السياحة وأجهزة الحكم المحلي لدورها المهم. أو غير ذلك يتمثل في دور وسائل الإعلام على اختلافها ومنها المصنفات والأدلة السياحية وكتب الأطفال وصحفهم ومجلاتهم وأفلامهم وبرامجهم الإذاعية والتليفزيونية وبما يحقق تنمية الوعي السياحي لأطفالنا.^(١)

الإعلام وتنمية الوعي السياحي للأطفال:

تؤكد البحوث والدراسات الإعلامية على أهمية دور الإعلام عامة، وإعلام الطفل بصفة خاصة في تزويد الأطفال بالمعارف والمعلومات والخبرات. وتتفاوت وسائل الإعلام فيما بينها، طبقاً لخصائصها التي تشكل أسلوبها في تقديم هذه المعارف والمعلومات والخبرات شكلاً ومضموناً.^(٢) سواء كانت مطبوعة أم مسموعة أم مرئية، إلا أننا يجب أن نوضح أن مطبوعات الأطفال على اختلافها في بلادنا لا تتجاوز ٢٥٪ من المطبوعات عموماً، والتي يصل حجمها إلى ١٠٪ فقط من حجم ومطبوعات الدول المتقدمة.^(٣)

(٤) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٤٩

(٥) جيهان رشي الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي، ص ٢٦١

(٦) عبد النور يوسف، رسم استراتيجية إعلامية للطفل العربي، مجلة تنمية المجتمع، القاهرة،

١٩٨٠م، ص ٤٨

وبالتالى تعتبر الوسائل المسموعة والمرئية أكثر الوسائل انتشاراً من المطبوعة الأمر الذى يجعل قدرتها على تنمية الوعي السياحى للأطفال أكثر تحقيقاً لأنها أوثق مصادر المعرفة، كما أنها أقرب الوسائل للطفل، وتحقق أعلى معدل لمشاهدة مثل هذه البرامج والذى يصل إلى ٩٥,٨٪ من أبناء الحضر، ٩١,٩٪ من أبناء الريف، وتأتى فى المرتبة الثانية بعد الريارات أو السياحة الفعلية ونعنى بها الاتصال المادى إلى المناطق السياحية، إلا أن هذه الوسائل قد تفوق الريارات الفعلية أو الانتفال إذا لم تراعى خلالها الظروف السليمة كتوافر المرشد السياحى المعد إعداداً جيداً، أو الظروف التى قد تمر بالطفل نفسه أثناء الريارة.. إلخ ذلك من معوقات. ييسر تنقل هذه الوسائل المسموعة والمرئية وخاصة الأفلام السينمائية والتلفزيون والفيديو الأطفال نفسياً بين أقرانهم وأهاليهم إلى المناطق السياحية، وتطوف بهم أرجاء الدنيا بسرعة تفوق كل تصور، وتقدمها بصورة جذابة وأشكال وأساليب مشوقة، مستخدمة كافة الأساليب الإعلامية أو الدرامية أو الفكاهية من خلال مسامع ممتحنة بمشاهد تجمع بين الكلمة المسموعة والمرئية والصورة الحية التى تزداد واقعية بلونها الطبيعى، وصوتها الأصلى، وحركتها التى تجذب انتباه الأطفال أكثر من أى شىء آخر من يكون لها تأثيرها البالغ فى نفسياتهم، وأصبح الطفل يستمد منها معلوماته السياحية الفضيلة جداً عن المناطق السياحية فى كافة أنحاء العالم والمحدودة عن المناطق السياحية داخل مصر، وبصورة عامة نلاحظ عليها ما يلى: ^(٧)

- ١ - قلة المقرات والبرامج التى تعاون فى تنشيط السياحة بوجه عام، والأثرية بوجه خاص، هذا فضلاً عن تقديم بعضها بأشكال ومصامير قد لا تناسب المراحل العمرية للأطفال والتى تتسم بالعديد من الخصائص، وتذكر منها على سبيل المثال: تفاوت بعضها فيما بين الواقعية والخيال الحر ثم

(٧) إعلام الطفل، مرجع سبق، ص ١٥٠، ١٥١

المعامرة، ومن الظواهر اللافتة للنظر وخاصة في برامج الأطفال طاهرة الجهل بعالم الطفولة، وخصائصها، والعوامل التي تؤثر في تكوين شخصية الطفل، الأفكار التي تدور في عقول الأطفال الذين نحاط بهم من خلال البرامج، ثم الأسئلة المحتملة والعادات التي تتحكم في سلوكياتهم.. إلخ مما يجعلنا نتأشد المسئولين عنها بأهمية تطويرها كمّاً وكيفاً لتناسب قدرات الأطفال وخصائصها والاستفادة من جهود المتخصصين في ثقافة الأطفال وعلم النفس والتربية، وألاً يستأثر طرف واحد من هذه الأطراف بإنتاج مثل هذه البرامج، التي يجب أن يستفاد منها بمجهود علماء الآثار والتاريخ وخبراء السياحة الداخلية والخارجية.. إلخ.

ومن ناحية أخرى يجب أن نعي أن لكل مرحلة عمرية حاجاتها ومتطلباتها وخصائصها، مع العلم بأن انتهاء مرحلة معينة من مراحل النماء النفسي لا يعنى اندثار ملامحها تماماً، بل تظل قائمة بشكل أو بآخر فيما يليها من مراحل وحتى آخر عمره.^(٨)

أيضاً نلاحظ من حين لآخر حشو الفقرات بكم هائل من المعلومات يفوق قدرة الأطفال على استيعابها أو حتى فهمها، أو قلها بما لا يشبع رغبة وحب استطلاع الأطفال، وكثيراً ما تقدم في أشكال برامجية لا تجذب انتباه الأطفال ونصيبهم بنوع من الملل والعتور عند التعرض لها، وبالتالي يجب مراعاة ذلك مع إعادة النظر في أساليب تقديمها والاهتمام بإكسابها الحيوية والتشويق الذي يبعدها عن رتابتها. إن هذه الفقرات تقدم في حلة عن غيرها من فقرات داخل الوسيلة الواحدة، ودون تكامل، أو حتى تنسيق مع غيرها من فقرات تستخدم تنمية الوعي السياحي للأطفال، مما قد يعقدها معراها، ولهذا يجب التنسيق والتكامل فيما بين البرامج والفقرات المقدمة، مع

(٨) غدرى حمى، سيما الأطفال وعلم النفس، مجلة الفن الإنساني، القاهرة، يناير ١٩٨٨م، العدد ١١٦، ص ٤٩

أهمية ربطها بمظاهر الحياة اليومية الأخرى التي يعيشها الأطفال وبالتالي يمكن أن تقود الطفل إلى حياة أغنى وأعمق وتوسع أفقه وحبراته وتدكى خياله إلى أقصى حد.

٢ - ملاحظ عدم ارتباط أفاق سياحية جديدة على المستوى الداخلى، مع عدم الاهتمام بالخدمات التي تقدمها الهيئات المختصة لتنشيط السياحة كحركة المواصلات، والتعريف بأمكن الإقامة في المناطق السياحية على اختلاف مستوياتها، وكذلك عدم تعريف الأطفال بالأنشطة السياحية المتعددة داخل البلاد وخارجها

مقترحات لدعم دور الإعلام في مجال الوعي السياحي للأطفال:

أولاً: أن تهتم أقسام وكليات الإعلام بمثل هذا النوع من الإعلام المتخصص «الإعلام السياحي»، والذي يتضمن الإعلام التاريخي والخدمات والمغريات السياحية.

ثانياً: الاهتمام ببحوث الأطفال التي تهتم بمتابعة مسارات الحركة السياحية لأطفال مصر في الداخل والخارج، وكل الظواهر المرتبطة بها، وعلى اعتبار أن دراسة جمهور الأطفال هي البداية الصحيحة لأي برنامج اتصالي فعال للطفل.

ثالثاً: التوسع في إنتاج المواد الإعلامية التي تعمل على تنمية الوعي السياحي لدى الطفل بالتعاون مع الهيئات السياحية المتخصصة في الإعلام وثقافة الطفل والتربية وعلم النفس والتاريخ والحصارة.. إلخ. وأن تكون هذه المواد في شكل سلاسل يتم عرضها أو نشرها وفق خطة إعلامية تحقق الهدف منها على المدى القصير أو البعيد، على أن تتخذ شكل الحملات الإعلامية، تركز على تقديم فقرات سياحية عامة، وأخرى تختص بكل

مكان أو موقع سياحي إلى حد ما، مع الاهتمام بتعميم ما تسفر عنه من جهود وما تحققه من أهداف وتأثيرات.

رابعاً: تزويد مؤسسات رعاية الطفل وتنقيفه بالمواد الإعلامية التي تعمل على تنمية الوعي السياحي من مطبوعات، كالدليل السياحي الذي يحدد المناطق السياحية والخدمة بها، والوصول إليها من معلومات أو أفلام أو شرائط مصورة، وحتى تكون نافذة يطل منها الطفل على المناطق السياحية، على أن تقدم له المتنوعة والمعلومات المفيدة.

خامساً: مراعاة البساطة في معالجة الرسالة الإعلامية مع الاهتمام بالمراحل العمرية، واختيار الوقت الملائم والمناسب لعرضها وإذاعتها، لئلا نلاحظنا تقديم العديد من الفقرات التي تستهدف تنمية الوعي السياحي للأطفال في مواعيد وأوقات لا تناسبهم على الإطلاق، مما يجعلنا نؤكد على المقولة التي نرى أنه لا فائدة في إعلام يوجه إلى جمهور غالب، مع تجنب المواد والفقرات التي تنطوي على مظاهر العنف أو الشك.^(٩)

(٩) إعلام الطفل، مرجع سابق، ص ١٥٢ - ١٥٣

الباب التاسع
وسائل الإعلام والشباب

الفصل الأول

وسائل الإعلام كيف تحصن الشباب من الاباحية الجنسية؟

الإباحية الجنسية تمثل إحدى الظواهر المتعلقة بوسائل الإعلام المعاصرة، وهي ظاهرة متفشية، يتم ترويجها في تلك الوسائل، والهدف بالطبع استهداف الشباب من الحسب

إن الكتب والمجلات والأفلام السينمائية والتليفزيون وأشرطة الفيديو ودمسكات أو اسطوانات الكمبيوتر والمواقع المشبوهة الإباحية على شبكة الإنترنت، حتى وسائل التواصل عيها، تعرض عالياً مشاهد وأفلام جنس مباح تلامس عتبة الإباحية الجنسية، أو تكون مرفوضة أخلاقياً.

إن الإباحية والتباهي بالعف في ممارستها، بوصفه الانعكاس القائم للطبيعة البشرية التي شوحتها بالإغراق في الشهوات، إنما هي مظهر من مظاهر الواقع البشري العتيق أو البدائي وقد اكتسب في الربع الأخير من القرن العشرين هذا السلوك المشين أبعاداً جديدة، وبات يطرح معضلات ومشكلات اجتماعية خطيرة.

وفيما يتفاقم التفتيل في مسألة الأعراف والأخلاق، نجد أن وسائل الإعلام تضع الإباحية الجنسية في متناول الأعداد الفقيرة من الناس، من فيهم الأطفال والشباب. وإذا كانت ظاهرة الانحطاط هذه قد اقتصرت في السابق على البلدان العنية اجمالاً، إلا أنها باتت بواسطة وسائل الإعلام الحديثة والمعاصرة، تفسد القيم الأخلاقية في البلدان النامية

يمكن بالطبع أن يكون لوسائل الإعلام تأثيرها المميد على الوحدة والتفاهم المتبادل وتشكيل الوعي الإيجابي للأطفال والشباب على حد سواء، كما يمكن لهذه الوسائل أن تخفي نظرة مضللة عن الحياة والأسرة والقيم الدينية والأخلاقية، لكونها لا تحترم ما للإنسان من كرامة للحق والمصير لقد أعرب بنوع خاص بعض المهتمين بالعلاقات العائلية والأسرية في نواح عديدة من العالم عن قلقهم الحق

حول بعض الأفلام وشرائط الفيديو والبرامج التليفزيونية التي يمكن أن يشاهدها أو يستمع إليها أبناؤهم، وكذلك بعض المنشورات والمجلات التي يمكن أن يطلعوا عليها. وهؤلاء المسئولون سواء آباء أو مربين أو رجال دين .. إلخ، لا يقبلون على أى حال من الأحوال، أن يروا تلك القيم الأخلاقية المتأصلة في الأسرة، يُقوّصها ذلك النتاج المشبوه والمررى الموضوع في متناول الجميع، وفي كل مكان، والمروّج أحياناً وبكل أسف، بواسطة وسائل الإعلام.

هل من أسباب وراء قرويج الجنس في وسائل الإعلام ؟

يبدو من الأسباب الأساسية التي تُعزى إليها تعشى الإباحية الجنسية في وسائل الإعلام المعاصرة إنما هو انتشار تلك الأخلاقيات المتساهلة المنبئة على أرضاء الذات وإشباع الشهوات بأى ثمن كان، وبأى وسيلة كانت. وعلى تلك النرخة العدمية اللياسة التي تنظر إلى المتعة واللذة وكأنهما السعادة الوحيدة التي لا يمكن للفرد أن ينال سواها.

وهناك أسباب أخرى مباشرة تُساهم بدورها في تفاقم الإباحية الجنسية في وسائل الإعلام، نذكر منها:

١ - الأطماع التي لا تنتهى من الكسب بالطرق المشروعة وغير المشروعة: فالإباحية الجنسية ذاتها صناعة مبنية على الربح، ذلك أن بعض القطاعات الصناعية الإعلامية سقطت سقوطاً دريماً في تجربة استغلال الضعف البشري، لا سيما في أولئك الناشئة والشباب وأصحاب النفوس الرخيصة الذين قد يبيعون أنفسهم للشيطان في مقابل أى عائد مادي!!

وبن جميعاً نعلم أن مشكلة البطالة أصبحت تُخيم بظلالها الكثيرة على معظم مجتمعات هذا العالم، والشباب بالطبع هم الضحية، لذلك أصبحوا بلا هوية، وبلا أمل في أن يعيشوا حياة أمة مستقرة طبيعية، ومن ثم سقطوا في وبخ الإباحية الجنسية.

إننى اعتبر أن الإباحية الجنسية هي بمثابة هافيا عصابات دولية منظمة، هدفها اجتناء الأرباح الطائلة من إنتاج البرامج أو الأعلام القائمة على موضوع الجنس، ممارسته، وترويجه، وشذوده أيضاً، فمعظم هذه الصناعة تبشر بالممارسات الجنسية المثلية.

لقد أصبحت هذه الصناعة الإباحية، أحياناً، من جراء طمعها بالربح فى بعض المجتمعات، جزءاً لا يتجزأ من الجريمة المنظمة.

٢ - التذرُّع بالحرية والتمسح بها: يدعى البعض أن حرية التعبير تقتضى التساهل حيال الإباحية الجنسية، حتى لو جاءت على حساب الصحة أو العافية أو السواء أو الأخلاق لدى الشباب، وعلى حساب حق كل إنسان بالسرية الخاصة، وعلى حساب الحشمة والأخلاق العامة، وهناك من يعتقد مخطئاً أن السبيل الأفضل لمحاربة الإباحية الجنسية إنما هو فى تشريعها. إلا أن هذه الدرائع لا ي طرحها أحياناً سوى جماعات قليلة لا تعترف بالمقاييس الأخلاقية المعمول بها لدى الأكثرية المأمنة من الناس، ولا تدرك ما يترتب على كل مطلب من مسئولية تامة. إن الحق بحرية التعبير لا وجود له فى الفراغ، إنما فى ضمان احترام المرأة، والحياة الخاصة، والحشمة العامة. إن الحرية لا يمكن أن تكون رديفة للانفلات والإباحية، وصحياً.. فكم من الجرائم ترتكب تحت اسم الحرية !!

٣ - غياب القوانين الدقيقة، أو انعدام تطبيق القوانين الموجودة أصلاً لحماية الخير العام، ولا سيما لحماية أخلاق الشباب.

٤ - ضلال العديد من الناس وبلادتهم، بمن فيهم بعض المؤمنين، ممن يعتبرون أنفسهم، وهم على خطأ فى ذلك، أنهم لا دخل لهم فى ظاهرة تفشى وانتشار الاناحية الجنسية، أو أنهم عاجزون عن الإتيان بأى حل لهذه المعضلة أو المشكلة.

عواقب الإباحية الجنسية ،

إن التجارب اليومية تؤكد نتائج الدراسات التي يقوم بها الباحثون في العالم حول المؤثرات السلبية الساحمة عن الإباحية الجنسية المتداولة في وسائل الإعلام^(١) ويعنى بالإباحة الجنسية Pornographic في وسائل الإعلام كل انتهاك يتركب عن طريق استخدام التقنيات (التكنولوجيا) البصرية والسمعية بحق السرية الخاصة التي يتمتع بها الجسد البشري، ذكراً كان أم أنثى، ومن شأنه أن يجعل من الشخص الإنسانى والجسد البشرى سلعة تسحر لقصاء حاجة سيئة بقصد المتعة.

قد لا تجتمع آراء الإحصائيين فيما يبهم على المدى الذي ينعجم عن هذه الظاهرة في التأثير على الأفراد والجماعات، إلا أن العناوين البارزة لهذه المسألة واضحة وصریحة ومثيرة للقلق .

ولا يجب أن يعتبر أحد نفسه محصناً عن العواقب الوخيمة الساجمة عن الإباحية الجنسية، أو في مأمن من المخاطر التي يتسبب بها أولئك الذين يروجون هذه الظاهرة بكل قوة. إن الناشئة والشباب هم أكثر الناس عرضة للسقوط في آفة الإباحية الجنسية التي تعسد العلاقات البشرية وتستعيد الأفراد، لاسيما الشباب من الجنسين، وتقوض الحياة الزوجية والعائلية، وتفضى إلى سلوكية لا اجتماعية تضعف اللحمة الأخلاقية داخل المجتمع

ويجب أن نعلم أن السقوط والرديلة وارتكاب المعاصي هي إحدى العواقب الثابتة الناجمة عن الإباحية الجنسية، وبالتالي فإن المشاركة الطوعية في إنتاج

(١) من هذه الدراسات.

• تقرير لو سيجورد، الإباحة الجنسية، أبحاث موزيس، ميلانو (إيطاليا) ١٩٧٨م.

• تقرير لجنة المدعى العام للإباحة الجنسية الهلوى الولايات المتحدة الأمريكية مطبوعات رتلدي، هيل، ناشفيل، تيسى، ١٩٨٦م.

السلع المعصرة وشرها يجب أن ينظر إليها على أنها شر متكرر، فضلاً عن أن عملية إنتاج هذه السلع وشرها لا تتم ما لم يتم تسويقها على أساس قاعدة العرض والطلب، لذلك قالدين يستعيدون من هذه السلع لا يسيئون لأنفسهم بحسب، بل يساهمون في ترويع بضاعة هدامة.

ويقول البعض إن ثمة علاقة تربط بين الإباحة الجنسية والعنف الساذي، وإن بعض الإباحية هو يحد ذاته عنف صريح في تعبيره ومضمونه. إن من يشاهد أو يستمع أو يطلع مادة من هذا النوع إنما يتعرض لحظر إدراج هذه المادة في سلوكه الحاضر، ويقاد إلى فقدان معاني الاحترام والتقدير نحو الآخرين الذين لا يعود ينظر إليهم على أنهم أحرة وأحرار في العائلة الإنسانية الواحدة ومثل هذه العلاقة القائمة بين الإباحية الجنسية والعنف الساذي تنطوي على دلالات خاصة لدى الأشخاص المصابين بأمراض عقلية

إن ما يعرف بالإباحية الحقيقية Soft - Core قد يؤدي تدريجياً إلى تعطيل الشفافية في الحس وشل الحس الخلقى عند الأفراد، بحيث ينقاد هؤلاء إلى اللامبالاة الخلقية والشخصية حيال حقوق الآخرين وكرامتهم، وهكذا تقود الإباحية، كما تقود المخدرات إلى الإدمان على هذه المواد الإباحية التي تدفع بالأفراد إلى طلب المزيد من أنواعها الثقيلة hard - core الأكثر إثارة وفساداً، فيزداد بذلك احتمال المسلك الاجتماعي، بقدر ما تتواصل عملية الإدمان

ومن هواقب الإباحية الجنسية أنها تولد التحيلات النفسية وتدفع أصحابها إلى اقتراح أعمال بدئية، تؤدي إلى إعاقة النمو الأخلاقي لدى الشخص الإنساني، وتعطيل العلاقات الإنسانية السليمة والراشدة في الحياة الزوجية والأسرية التي تتطلب الثقة المتبادلة والنزاهة الصريحة فكراً وعملاً

ويمكن للإباحة الجنسية أن تُفسد الطابع العائلي والأسري الذي تتسم به العلاقة الجنسية الصحيحة. ويقدر ما تبدو العلاقة الجنسية بحثاً عن إشباع نزوة

فردية أكثر منها بحثاً عن التعبير الصادق لحب زوجي ثابت، بقدر ما تدور الاباحية عاملاً من عوامل تقويض الحياة العائلية بكاملها.

وفي الحالات السيئة تكون الاباحية الجنسية عاملاً من عوامل الإثارة والتحرّض والتواطؤ غير المباشر، كما في حالات الاعتصاب الخطيرة التي تستهدف القاصرين، أو في حالات الخطف وجرائم القتل

ومن الدلالات الخطيرة التي تتطوى عليها الاباحية الجنسية إنما هو ازدراء الآخرين، والنظر إليهم كأشياء لا كأشخاص، حيث تنعدم مشاعر الحنان والرفقة، لتحل مكانها اللامبالاة والقسوة.

كيف نواجه مشكلة الاباحية الجنسية ؟

إن انتشار الاباحية الجنسية في وسائل الإعلام يُسَنِّ إلى مصلحة الأفراد والجماعات ويولد معضلة جسيمة تستدعي أجوبة واقعية. وكما أنه من الواجب احترام حرية التعبير وحرية التداول الإعلامي، لذلك فمن الواجب أيضاً احترام حق الأفراد والعائلات والمجتمع بالسرية الخاصة، والحشمة العامة، وحماية القيم الأساسية في الحياة.

وفيما يلي سوف نعرض لأهم الأدوار التي تساهم في تلافى العواقب الوخيمة للاباحية الجنسية:

دور رجال الإعلام،

من المصحف أن نقول إن جميع وسائل الإعلام والإعلاميين يشاركون في هذه التجارة السيئة والصارة. هناك بالطبع العديد من الإعلاميين الذين يتحلون بصفات شخصية ومهنية رفيعة وعظيمة ويضطلعون بمهامهم ومسئولياتهم، محافظين بكل إخلاص وتفان على الأعراف الأخلاقية، متمسكين باحترام المصلحة العامة، وهم، لاسيما منهم الذين يعملون بكل نشاط في سبيل توفير

أسباب اللهو البرئ والسليم للأسر والعائلات، يستحقون ما كل ثناء وتقدير وامتنان، لذا ينبغي حث هؤلاء الإعلاميين على الالتقاء والتحاور لكى يضعوا صيغة تطبيقية بشأن النظم الأخلاقية الملائمة لوسائل الإعلام ومن الدعاية، على أساس من احترام المصلحة العامة والتطلع نحو تقدم الجنس البشرى ودفعه للأمام، فالحاجة إلى مثل هذه الأنظمة باتت ملحة، خصوصاً على صعيد التليفزيون الذى من خلاله تلح الصورة مباشرة إلى البيت حيث يصادف أحياناً كثيرة وجود الماشئة والشباب وحدهم، بعيدين عن أية مراقبة. علماً بأن المراقبة الدائمة إنما هى خير رقيب، وأن التوازن الدائم داخل وسائل الإعلام إنما هو خط الدفاع الأول الأفضل فى وجه كل من تسول له نفسه إفساد وسائل التواصل الاجتماعى فى المجتمع، بمحاولة استغلال الاباحية الجنسية فى الانتاج للبرامج الإعلامية المختلفة

إننا نناشد من خلال هذا الكتاب الإعلاميين مناشدة حقيقية شديدة، أن يبذلوا ما بوسعهم عبر ومن وسائل الإعلام المقررة والمسموعة والمرئية من أجل عرض التدابير الواجب مجازها للجم موجة الاباحية الجنسية التى تحتاج المجتمع فتدمره

دور الأسرة،

على الأهل أن يقضوا من جهودهم لتأمين التربية الصحيحة لأبنائهم، وذلك يعنى تنشئتهم على السلوك السليم فيما يتعلق بالحياة الجنسية والإنسانية المبنية على كرامة الشخص البشرى واحترامه، على أساس أنه أفضل المخلوقات، وعلى واجب التمرس بفضيلة العفة والانضباط الشخصى.

إن الحياة العائلية أو الأسرية التى يتحلى أربابها بالممارسة الدينية والتفانى المتبادل فيما بينهم وبين أبنائهم، إنما تشكل بحد ذاتها أعظم مدرسة للتنشئة على القيم الأخلاقية السليمة.

فى أيامنا الحاضرة تدعو الحاجة إلى تنشئة الصغار والباشئة والشباب التنشئة الملائمة التى تمكنهم من اختيار برامجهم وهريلتها وحسن الاستفادة من وسائل

الإعلام، لذلك إن للأهل، على هذا الصعيد، تأثيراً بالغاً على أولادهم، من خلال ما يقدمونه لهم من قدوة طيبة حسنة، وإن كل تراخٍ أو تساهل من قبلهم حيال وسائل الإعلام، سيؤدي حتماً إلى اللبيلة التي تنعكس صراحةً على الناشئة والشباب. وإنه لمن الأهمية بمكان بالنسبة للأطفال والناشئة والشباب أن يحافظ الأهل على قدوة حسنة في الحب الأصيل والحنان في حياتهم الزوجية، فصلاً عن القابلية للحوار مع أولادهم، بروح العطف واللفظ، وينبغي ألا يغرب عن البال، على صعيد التربية الإنسانية، أن ما يُعطى بالافتناع أجدى نفعاً مما يُعطى بالإكراه.

دور رجال التربية،

المربون هم دون شك أقرب المتعاملين مع الأهل في تربية الأطفال والشباب، لذلك ينبغي على المدارس والمناهج التربوية أن تُعزِّزَ للقيم الأخلاقية والاجتماعية، وتغرسها في النفوس، حفاظاً على وحدة الأسرة والمجتمع وتنميتها التسمية السليمة. إنه لمن أفضل البرامج الإعلامية، في مجال التربية، تلك التي من شأنها أن تهتم بتنمية الحس النقدي، وفي اكتساب الناشئة والشباب المهارة اللازمة في التمييز الصحيح بين الأمور، في تداولها لوسائل التواصل الاجتماعي كالإذاعة والتليفزيون، بحيث تتمكن من مقاومة التضليل، ومن تعادي السقوط في الإدمان على الاستماع والمشاهدة لكل ما هو فاسد من أفلام وبرامج الجنس الإباحية.

إنه لمن الأهمية بمكان أيضاً، أن تُشدَّد المدارس على ضرورة احترام الشخص البشري، وقيمة الحياة العائلية، وعلى أهمية للنراة الخلقية الشخصية.

دور الناشئة والشباب،

إن الناشئة أو الشباب لقادرة أن تُسهم في لجم موجة الإباحية الجنسية المنتشرة في وسائل الإعلام، وذلك عندما تتجاوب مع الأهل والمربين، وتصلح بمسئولياتها الشخصية في قراراتها الأخلاقية وفي انتقاء برامجها الترفيهية.

دور العامة،

يتوجب على العامة أن يصل صوتهم إلى المسؤولين، وعلى المواطنين، أفراداً وجماعات، ولاسيما الشباب، أن يُعبّروا عن آرائهم أمام المنتجين وأصحاب المصالح التجارية والسلطات المدنية. إنه لمن الضروري أن ينشأ حوار متصل ومتواصل بين الإعلاميين من جهة، وبين ممثلي عامة الناس من جهة أخرى، لكي يتمكن العاملون في وسائل الإعلام من تطوير اطلاعهم على احتياجات المستفيدين من هذه الوسائل الإعلامية، وعلى مصالح عملائهم الحقيقية.

دور السلطات العامة،

على المشرعين والإداريين وحماة النظام العام ورجال القانون أن يعالجوا المضاعفات أو المشكلات الساجمة عن الإباحة الجنسية والمطروحة في وسائل الإعلام. كما عليهم أن يسعوا إلى من القوانين الملائمة، وتوضيح ما يلتبس في بعضها، وتعزيز القائم منها.

وبما أن انتاج المواد الجنسية الإباحية ونشرها يطويان على جوانب مشتركة بين الدول، لذلك ينبغي العمل على المستويات الثلاثة: الإقليمية والقارية والدولية، لمراقبة سير هذه التجارة الماكرة، وبالتالي فإن الذين شرعوا باتخاذ مثل هذه الخطوات يستحقون منا كل دعم وتشجيع على جهودهم الخيرة

ومن المهام المقدسة الملقاة على عاتق القانون والهيئات التشريعية حماية المصلحة العامة لاسيما منها ما يتعلق بفئة الناشئة والشباب، وأفراد الفئات الاجتماعية الأكثر تعرضاً للخطر.

استناداً إلى ما سبق أن أشرنا إليه حول عواقب الإباحية الجنسية، نحصل إلى القول بأن هذه المسألة تُلحق الضرر بالمصلحة العامة وتهددها باستمرار، ما دام يتم انتاج مثل هذه المواد وتسويقها، دون أن تفرض أى قيود أو تتم أى مراقبة مستوالة،

لذلك ينبغي على السلطات العامة أن تحرم أمرها وتتخذ التدابير العاجلة الملزمة لمعالجة هذه المشكلة أينما وجدت، كما عليها أن تعمل لتحويل دون تماقمها حيثما بدأت تظهر.

دور أماكن العبادة،

إنه من أولى مسئوليات دور العبادة أن تعلم بكل مثابة ووصوح، الحقائق الأخلاقية الأساسية، بما فيها الحقائق المتعلقة بأداب الحياة الجنسية.

وعلى دور العبادة في إطار هذه الحقيقة التي يسودها البلبلة والتراخي الأخلاقي، أن تكون الصوت الأخلاقي، بل العلاقة الماقصة لروح العصر الانحلالى. إن ما يعرف بأخلاقية الارضاء الداتى المباشر يتعارض كلياً وتحقيق الذات الكامل للشخص البشرى، فالتربية التى تتناول الحياة العائلية والانصهار المسئول فى الحياة الاجتماعية تتطلب التمرس بالعفة والانضباطية الشخصية، وعلى نقيض ذلك، فإن إشاعة الإباحية الجنسية من شأنها أن تحجب الصورة المثالية داخل كل فرد، وأن تضعف من كيان الزواج والحياة العائلية، وتلحق الضرر الجسيم بالأشخاص والمجتمع.

وعلى دور العبادة أن تتعاون حيثما تستطيع التعاون مع سواها من دور العبادة المختلفة، والجماعات الدينية بهدف إعلان هذه الرسالة وتعزيزها. وعليها أيضاً أن تحسن الإفادة من مؤسساتها الخاصة والعاملين فيها، لتنظيم التربية والإرشاد الملائمين بشأن وسائل التواصل الإعلامى، ودورها الحقيقى، على الصعيدين الفردى والاجتماعى، فصلاً عن الاهتمام الخاص الذى على دور العبادة أن توليه فى هذا المجال لمساعدة الأهل.

وأخيراً، على دور العبادة أن تحوّل حواراً متواصلاً مع الإعلاميين الذين يدركون مسئولياتهم الحقيقية، كما عليها أن تشجعهم وتدعمهم فى القيام بمهامهم حيثما تدعو الضرورة.

الفصل الثاني

وسائل الإعلام كيف تحصن الشباب من العنف؟

عدد من العلماء يعتبرون العنف في وسائل الإعلام هو بمثابة كل مشهد يهدف إلى إثارة العرائر البشرية الدنيئة معتمدًا على إبراز شديد للقوة الجسدية التي توحى ممارستها بالأذى والشهوة العدوانية، بما يتنافى مع الكرامة الإنسانية.

ويشير علماء النفس والاجتماع وخبراء السياسة والثقافة مشكلة العلاقة بين العنف ووسائل الإعلام بصيغة شبه دائمة لدرجة أنها بدت مشكلة مستعصية في أحيان كثيرة، خاصة في مجال التلفزيون الذي يحاول جذب جماهير الشباب بمسلسلات العنف وأفلام الصراع المثيرة، وهو العنف الذي يتعامل مع العنف الكامن في نفوس الشباب فيعمل على إخراجها بطريقة غير صحيحة، تنهص على التقليد الأعمى للمعاجز العقيمة المعربة والجذابة والمثيرة على الشاشة الموجودة في كل بيت تقريبًا.

طبيعة مشكلة العنف في وسائل الإعلام،

قد تبدو المشكلة مستعصية لأن المجتمع المعاصر مجتمع شديد التنوع والتعدد والتعقيد، ينظر إلى قصاياه ويحلل مشكلاته من روايا مختلفة ووجهات نظر مغايرة. ولذلك لا يجب ألا ندرس أية ظاهرة أو عملية اجتماعية بمعزل عن غيرها، ولذلك يؤكد «جيمس د. هالوران» أستاذ الإعلام بجامعة ليستر الإنجليزية، وحبيب الإعلام باليونيسكو على ضرورة دراسة مشكلة العنف في وسائل الإعلام من خلال صلتها بسائر النظم والظواهر، وأيضًا العنف في المجتمع بصيغة عامة، إذ أنها جزء لا يتجزأ منها، ولا يمكن تحليلها وحلها إلا في نطاق الأطر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة.

ونظرًا لأن الإعلام يملك من الوسائل المادية والمؤثرة والجذابة ما لا تملكه أجهزة المجتمع الأخرى، فقد أصبح الكثيرون يتحدثون عن العنف في وسائل الإعلام كأنه لا توجد مصادر أخرى للعنف في المجتمع وأوشكت هذه المقولة على أن تصبح بديهية لا تقبل الجدل أو النقاش وهذا تبسيط مخل للغاية بالقضية كلها،

لأن الجميع يبحثون عن إجابات صريحة، مريحة، وغير معقدة ليفسروا علاقات سببية بسيطة في نظرهم فإذا ما توصلوا إلى العثور على وسيلة أو أداة تثير اهتمام معظم الناس فيما يتصل بالقضية، فإنهم سرعان ما يستخدمونها كبش فداء حتى وفروا على أنفسهم مشقة تتبع كل جذور القضية وفروعها المتشابكة والمتعددة^(١)

وجهات النظر التي ترفض إلقاء اللوم على وسائل الإعلام في ترويج العنف بين الشباب،

أول ما نبدأ به هذه الجزئية هي وجهة نظر الدكتور «نبيل راغب» حيث يقول: يبدو أن معظم الذين شعّبوا العنف في وسائل الإعلام كانوا يعتمدون بصفة أساسية على نتائج الأبحاث التي أجراها أولئك الذين يُعالون في تبسيط المشكلة ولا يفكرون خارج نطاق علاقات السببية والارتباط الشرطي التي تتمثل في تقليد أفراد الجمهور لمظاهر العنف التي تُعرض في التلفزيون بصفة خاصة، وإثارة الدوافع العدوانية المتزايدة، وتعبير موقف الإنسان تجاه الحياة، لكن نسي هؤلاء أو لم يلاحظوا دور وسائل الإعلام في إثارة أو مضاعفة إحساس المتلقي بالحرمان والاحباط، فالغثات المحرومة في المجتمع تتلقى كل يوم وأبلاً من البيانات التي تُذكر أفرادها بما هو مُتاح لغيرهم، وما يحق لهم أن يطالبوا به، وما لا يملكونه بالفعل، وأكثر من ذلك ما لا يستطيعون في الغالب أن يحصلوا عليه، ووسائل الإعلام عملياتها اليومية المعتادة وعرضها لمظاهر الوفرة والرفاهية، تعمل على تفاقم الإحساس بالاحباط، وتؤدي بالتالي إلى العنف والعدوان اللذين قد يترتبان على ذلك.

ولذلك فإن فقرات الإعلان التي يقدمها التلفزيون بصفة خاصة تُشكل مصدرًا من مصادر العنف غير المباشر برغم أن الإعلان يبدو في نظر الكثيرين نشاطاً طبعياً وعادياً للغاية، إذ أن من حق كل شركة أو مؤسسة أن تروج لمنتجاتها،

(١) نبيل راغب شبل اليوم المشكلات والحلول، القاهرة. المجلس الأعلى للشباب والرياضة، ١٩٩٥م، دبل

المقابلة، رقم ٨، ص ١٢٥، ١٢٦

ففى المجتمعات الحديثة يلعب الإعلان دورًا حيويًا فى العمليات الإعلامية، وفى الاقتصاد بصفة عامة، ويعلم كل خبراء الإعلان أن من أهم مهام الإعلان أن يجعل الناس غير راضين بما لديهم، وأن يطلبوا المزيد بصرف النظر عن ظروفهم المادية أو الاقتصادية، فالإعلان بطبيعته يهتم بالأهداف التجارية فى حد ذاتها أكثر من اهتمامه بالطرق المشروعة لتحقيق هذه الأهداف. ووسائل الإعلام بطبيعتها أيضًا ترحب بكل أنواع الإعلان لأنه يُشكل مصدرًا مهمًا لتمويلها، إن لم يكن أهم مصادرها على الإطلاق، وكل هذا من شأنه أن يستثير مشاعر السخط والاحباط لدى القطاعات الفقيرة والمحرومة فى المجتمع^(١).

ويوضح «جورج كومستوك» فى دراسة له كتبها عام ١٩٧٦م، أنه من المفردى أن نستنتج ببساطة أن العنف فى التليفزيون يجعل المشاهدين أكثر عدوانًا فى المجتمع، قساة القلوب بطريقة أو بأخرى، وأكثر تخوفًا بصفة عامة من المجتمع الذى يعيشون فيه. وقد يكون الأمر كذلك فى بعض الأحيان، لكن حقائق علمى الاجتماع والسلوك لا تؤيد مثل هذا الاتهام المطلق بصفة مطلقة. فقد يكون العنف الإجرامى ضد المجتمع بما يمكن نسبه إلى التليفزيون، كبيرًا، أو ضئيلًا، أو منعدمًا تمامًا. والأمر كله يتوقف على استعداد الفرد الذى يجعل من نفسه حكمًا فى هذه المسألة، لأنه قد يستنتج مما يشاهده من عنف وعدوان على الشاشة أعمالا غير مشروعة وأشد خطورة، وقد لا يفعل بما يراه على الإطلاق، وقد يُصاب بأحاسيس الاشمئزاز والاحتقار لما يراه من مواقف عبثية فيرفضها تمامًا^(٢).

وهناك أيضا من يؤكد أنه ليس حتمًا أن محتوى العنف يؤدي إلى تأثير العنف عند مَنْ يتعرضون له. وبعض الدراسات العلمية وأكثرها دقة تُشير إلى أن تصوير العنف له تأثير ضئيل على جناح الشباب، ذلك لأن تغيير أنماط السلوك،

(٢) شباب اليوم المشكلات والحلول، مرجع سبق، ص ١٧٨، ١٧٩.

(٣) المرجع السابق، ص ١٨٠، ١٨١.

والقيم الأخلاقية الموجودة من حالتها السوية إلى حالة الانحراف، أو من حالة الصحة والتماسك إلى عكسها من مجرد التعرض لتصوير سلوك وقيم مصادرة لها ليس من الأمور الهينة.

وقد أظهرت معظم الدراسات التي أجريت في هذه الناحية - حسب آراء هؤلاء - أنه ليست هناك علاقة مسببة بين التعرض لمثل هذه المواد وانحرافات السلوك، فالأطفال الذين يشاهدون هذه المواد بكثرة ليسوا أكثر انحرافاً ممن يشاهدونها أقل منها. وحتى تلك الدراسات القليلة التي أظهرت أن الشباب المنحرفين يتعرضون أكثر لهذه المواد العنيفة، لم تستطع أن تكشف عن علاقة سببية بين هذا التعرض وانحرافهم.

ويخلص «كلابر» بعد أن قام بدراسة شاملة للبحوث العلمية المختلفة التي أجريت في هذه الناحية، وفي نواحي أخرى متصلة بتأثير وسائل الإعلام، يخلص إلى النتيجة التالية، وهي أن نتائج الدراسات التي استعرضها تشير إلى أن الجريمة والعنف في وسائل الإعلام لا يُحتمل أن تكون هي المحرك الأول نحو الجناح، بل إنه يعلب أن تدعم هذه المواد الميول السلوكية الموجودة بالفعل عند من يتعرضون لها^(١). ويمكن أن نصيف إلى هذه الخلاصة عاملين يُحددان مدى التأثير بالعنف والجريمة في وسائل الإعلام وهما:

- ١ - الوسط الاجتماعي الثقافي الذي يعيش فيه الطفل.
- ٢ - ردود فعل الآخرين وخاصة جماعة الأقران والأسرة، لما سيحتديه أو يتأثر به من سلوك، أو حتى ما يتوقعه هو من ردود فعل هؤلاء الناس.

وتتفق هذه النتائج جميعاً مع ما تراء «فلمنج» فيما يختص بهذا التأثير الضار، إذ تعتقد أن كثيراً من جناح الأحداث يمكن إرجاعه إلى العلاقات الاجتماعية

Klapper, J. T. The effects of mass media, New York: The Free Press, 1961.

(٤)

غير السليمة في حياة الطفل وعدم التوافق الاجتماعي، أكثر منه إلى مجرد معرفة نمط سلوك أو علاقة أو أحداث تمثل العنف أو الجريمة^(١).

وهناك من يؤكد أيضا أن انحراف الشباب ظاهرة اجتماعية موجودة قبل ظهور التليفزيون على وجه التحديد، وليس التليفزيون هو الباعث الأصلي لها، وإنما هو مظهر له دوره في ذلك، كدور المادة الكيميائية المستعملة في إظهار الصورة الفوتوغرافية فالتليفزيون لا يفرس في نفوس الشباب الانحراف، ولكنه يكشف عن انحراف المنحرف. وتنمو جذور الانحراف عند الأحداث في الحياة المرلية غير المستقرة. فالشباب الذي ينشأ في منزل حرمه مبدأ طفولته من الطمأنينة والدفء والتقدير، فإذا ما شاهد برامج العنف تفاعلت عناصرها مع حاجاته، وأثارت عدوانه بدلاً من أن تحمده أو تحفف من حدته^(٢).

وتبين من بعض البحوث الإعلامية في مصر، والتي أعدها الدكتور عاطف عدلى العبد، والدكتورة فنادية سالم، أن أهم أماكن مشاهدة التليفزيون عند الشباب المنحرف تمثلت في: المقاهى بنسبة ٤٤٪، المنزل ٤٣،٣٣٪، مع الأصدقاء خارج المنزل ٢٠،٦٧٪ كانت أهم البرامج المفضلة عند المبحوثين هي: الأفلام، الحلقات البوليسية، المعامرات العربية، الحلقات البوليسية الأجنبية، ثم البرامج الرياضية، وأخيراً البرامج الفكاهية. ومثل من يرغبون تقليد شخصيات تمثل أدوار العنف ٧٨٪، وأدوار الشر ١٤،٦٦٪، وتقليد الجريمة بالكوميديا والإثارة ٦،٦٦٪^(٣).

(٥) Fleming, C. M. The Social Psychology of education. London, Kegan Paul, 1944.

(٦) طالع ذكرى التليفزيون والشباب، القاهرة مكتبة المحبة ١٩٨٩م، ص ١٢٨، ١٢٩.

(٧) عاطف عدلى العبد، فنادية سالم. بحوث الإعلام في مصر في المسح الاجتماعي التامل للمجتمع المصري

١٩٥٢ - ١٩٨٠م، القاهرة. المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٨٥م، المجلد ١٢، ص ٩١٢

وجهات النظر التي تؤيد أن وسائل الإعلام مسؤولة عن انتشار العنف بين الشباب،

معرض في هذه الجزئية للآراء التي توجه أصابع الاتهام إلى وسائل الإعلام على أساس أنها مسؤولة عن انتشار العنف بين الشباب.

عالم من العلماء يقول: لا بد أن نعتز أن محتوى كثير من وسائل الإعلام التي يتعرض لها الأطفال والشباب يتضمن عنفا، كما أثبت تحليل ذلك المحتوى وخاصة في السينما والتلفزيون والكتب والمجلات المصورة.

وهالوران، لا يعني أولئك الذين يعملون في وسائل الإعلام من مسئوليتهم عن بث العنف في عقل المتلقي ووجدانه، فإفحام العنف في المسلسلات والأفلام والبرامج بلا مبرر بقصد الإثارة أو الربح أمر يؤسف له، فوسائل الإعلام ذات دور خطير للغاية في صياغة سلوكنا وقيمنا، وأصبح لصور العنف والانحراف في وسائل الإعلام أثر اجتماعي في الوقت الحاضر أخطر بكثير مما كان لها في الماضي، خاصة وأن الطريقة التي تُقدم بها الآن أكثر جاذبية وإعراء وإثارة.

ولا يقتصر الأمر على التليزيون، بل يمتد ليشمل الصحافة أيضًا. فقد كتب عالم الاجتماع الأمريكي «مارشال كلاديارد» دراسة عن «الصحيفة والجريمة» أدان فيها الصحافة لقيامها بتشجيع الجريمة وتمجيدها بصفة عامة بسبب المساحات الصخمة التي تفرد لها لبنودها الإخبارية، فالخيز المخصص في الصحف للجريمة، ووسائل الوقاية والعلاج التي تتخذ في مواجهة قصص الجريمة المشورة، تؤكد الانهيار المذهل للأخلاق في المجتمع الحديث. ومن المرجح، مع الاستمرار في إبراز الجريمة، أن تكون للصحف أهمية واضحة في أن تخلق للمتلقي أو القارئ ثقافة تدور حول الجريمة، لا تكشف عن أسبابها ووسائل علاجها بقدر ما تركز على نواحي الغموض والإثارة فيها، ولذلك فالمستبح لأخبار الجريمة في الصحف يظن أن المجتمع

يرمته قد انهار غامًا وانتهى أمره، في حين أن الأمر لا يتعدى المعالجة في أفراد
العاوين والأعمدة والصفحات لأخبار الجريمة التي تبدو أكثر حدوثًا وأعمق أثرًا بما
هى فى واقع المجتمع^(٨).

وثمة دراسة أجريت فى قوائم السبعينيات من القرن المصروم فى الولايات
المتحدة الأمريكية أوصحت تقديرات الجمهور لكمية الجريمة ونوعيتها فى المجتمع
ترجع إلى التقارير الصحافية أكثر مما ترجع إلى كميات الجرائم كما هى مسجلة فى
محاضر الشرطة. وبذلك تشارك وسائل الإعلام فى وضع البرنامج السياسى
وتحديد النهج الاجتماعى، فهى تحترق، وتنظم، وتؤكد، وتصوغ، وتلون، وتحذف،
وتحتصر، وتدمج، وتسهب، وهى تنقل المعانى والصور وتربط بين وجهات النظر،
وتدفع بعض الجماعات ببعض أنماط القيم والسلوك، وتخلق الهممة، وتحدث الإثارة،
وتجيز أو تبرز الحالة الراهنة والنظم السائدة فى الرقابة الاجتماعية. وبالتالي تُشكل
«صورة العالم» المتاحة له، وهذه الصورة بأبعادها المتعددة قد تُشكل معتقداتنا
وأساليب العمل الممكنة لنا.

من هنا تتصح لنا التأثيرات المعقدة والصعبة والمتشابكة التى تمارسها وسائل
الإعلام على جمهور المتلقين، خاصة وأنها لا تعمل بطبيعة الحال فى عزلة عن
التجارب غير الإعلامية أو الميدانية الأخرى، فوسائل الإعلام فى حالة دائمة من
الامتزاج، والتفاعل، والعلاقات المتبادلة مع الأنشطة الحياتية الأخرى، وهى عوامل
ديناميكية تحتلف من موضع إلى آخر، ومن شخص إلى آخر، ومن بلد إلى آخر،
وتواجهنا بأسئلة عديدة منها^(٩):

• ما نوعية الصور التى تعرض علينا؟

• هل هى صورة مريفة تسالغ فى مدى العنف والاسخراف لافتعال الإثارة؟

(٨) شلب اليوم المشكلات والحلول، مرجع سابق، ص ١٨١، ١٨٢.

(٩) لمرجع السابق، ص ١٨٢.

• هل صحيح أن تقديم صور العنف في النشرات الإخبارية على أساس أنه كلما ازداد العنف شدة ازدادت قيمته الإخبارية، تُثير جُؤًا من الفزع والاكتئاب والخوف والتكهن والتوقع القلق بما قد يؤدي إلى انتهاك السلوك العنيف؟

• هل تخلق وسائل الإعلام وقائع جديدة بحيث تجعل من اللاأخبار أخبارًا؟

• هل من المحتتم أن يسيطر دائما كل ما هو سلبى ومُحرف، أو عنيف بحكم أنه يملك من الإثارة والإغراء ما لا يملكه كل ما هو إيجابى، أو سوى، أو إنسانى؟

وغالبًا ما تركز وسائل الإعلام على الحالات القصوى للعنف، وقد تبالغ فى نقلها أبعًا، ومع ذلك يعتبرها الكثيرون جديرة بالثقة إلى حد كبير.

ومن الأسباب التى تدعو وسائل الإعلام لتصوير المواقف بهذه الكيفية المثيرة والمبالغ فيها أنها تعمل فى إطار نظام اجتماعى واقتصادى وسياسى يحتم عليها كسب القُرَّاء والمشاهدين والاحتفاظ بهم، ولذلك أصبح تقديم العنف والظواهر المتصلة به أمرًا حيويًا فى هذا المجال.

ويدافع رجال الإعلام المحترفون التقليديون عن هذا الاتجاه بقولهم: نحن نعمل ما يريد الجمهور، ونروده بما يريد. فالجمهور يريد ما قد اعتاده لسنين طويلة، وما أصبح يتوقعه ويتقبله. والإعلام إذا فشل فى إشباع رغبة المتلقى فإنه سرعان ما يتصرف عنه. ومن الواضح أن معظم الناس يتابعون بشغف الأخبار الزاخرة بالحركة النابعة من قلب الأحداث الشديدة المسلية بل المثيرة والعنيفة. هذا النوع من المادة الإعلامية قد يشبع حاجات عديدة ومختلفة لدى الكثيرين، لكن تأكيد وسائل الإعلام على الإثارة والعنف فى هذه الأحداث سعيًا وراء الجاذبية المراتية والفورية، يبعدها عن تحليل الدلالات الاجتماعية والإنسانية لهذه الأحداث، وبالتالي تضيق الدروس المستفادة فى تخضم التشويق الإعلامى الساحن.

هكذا تعقد وسائل الإعلام دورها الريادى والقيادى فى تعليم الناس وتوعيتهم، إذ إنها تلتزم بمبدأ «الربون دائما على حق» وبالتالي تتحول إلى تابعة ذليلة لتلبية رغباته وإشباع شغطاته. وبهذا تزيد على المدى الطويل خطورة السلوك

الضعيف بدلاً من الإقلال منها، إذ أن الإشباع المستعر والمترديد في هذه الحالة لا يطمئء والرغبة وإنما يزيدا اشتعالاً، وبالتالي يتحول الإشباع إلى إدمان، فمثلاً في المظاهرات المصادرة للحرب، والمسيرات المصادرة للتفرقة العنصرية والمظالم بحقوق الإنسان، والاضطرابات العمالية لرفع الأجور وتحفيز ساعات العمل وغير ذلك، تركز وسائل الإعلام على القصة العنيفة المستخلصة من الأحداث اللاهثة، وذلك بعمل عن الأسباب التي أدت إليها، والظروف المحيطة بها، وأساليب الاحتواء والعلاج التي يقترحها الخبراء والمختصون. وبذلك تتم إثارة الجمهور وتهيجهم دون أن يفهم أو يستوعب شيئاً ذا قيمة اجتماعية أو علمية أو فكرية من كل هذا التقدم الإعلامي الذي يغلب عليه التمكك والخروج عن جوهر الموضوع.

وأصبحت المبالغة صفة عالية لمعظم وسائل الإعلام حين تقدم أحداث العنف وصور الانحراف. فهي تثير المشاعر، وتستخدم الأنماط النمودجية، وتضرب على الأوتار الحساسة المشدودة عند العامة، وتشكل سلوكياتهم وأفكارهم على المستوى الانفعالي العميق دون تحريك عقولهم.

ويقول «هالوران» إن صور الانحراف المقولة عن وسائل الإعلام قد أثرت في تصرفات رجال الشرطة والقضاء والنيابة، وأصبح الواقع الإعلامي أخطر وأعمق أثراً من الواقع الفعلي المعاش. بل وأثرت هذه الصورة الإعلامية في سلوكيات الانحراف الفعلي الواقعي بحيث أصبحت مطابقة لها ونظراً للمبالغة الإعلامية المتزايدة في تقديم صور العنف، فإن العنف الفعلي الواقعي يتزايد دوره حتى يظل مطابقاً للنماذج والأنماط الإعلامية. وبذلك تدخل وسائل الإعلام وعوامل العنف في دائرة مفرغة جهنمية تقضيها هذه الحمى الإعلامية التي لا تهدأ، إذ أن النماذج التي ابتدعها الخيال الإعلامي للإثارة الهامشية والتسلية العابرة قد أصبحت أقرب إلى قلب العملية الإعلامية، وتقبلها الجمهور على أنها حقيقة واقعة لا تقبل الجدل، وأصبح يتعامل معها دون الالتفات إلى ما يجري على أرض الواقع بالفعل^(١١).

(١١) شيب اليوم المشكلات والحلول، مرجع سابق، ص ١٨٤، ١٨٥.

وهناك من يؤكد أن تعرض الأطفال والناشئة على وجه الخصوص لمشاهد العنف المتكررة عبر وسائل الإعلام يلقي البلبلة فى نفوس هؤلاء، إذ لا يستطيعون، بحكم سبهم، أن يميزوا بعد بين ما هو خيالى وما هو واقعى نصيف إلى هذا أن العنف السادى الذى تعرضه وسائل الإعلام قد يؤدى فى مرحلة لاحقة إلى الهيمنة على الأشخاص سريعى التأثر، لاسيما مهم تلك العاصر العتية التى يذهب بها الاعتقاد إلى أن العنف أمر مقبول ومألوف ولا عيب أو ضرورة فى تقليد.

ويرى العالم «ويست» West, D.J أن التليفزيون أحد مصادر أو منابع العنف عند الشباب، إذ أن الأحداث الخناخ يستمدون معاييرهم المسخرة فى القيم عن طريق اختيارها من بين قيم المجتمع ككل والمالغة فيها. ويجد الأحداث الخناخ نماذجهم Models فى الأفلام التليفزيونية، كما يجدونها فى السينما وفى الصحافة وفى القصص البوليسية^(١١).

وفى دراسة ميدانية أجراها الدكتور «عبد الرحمن عيسوى»، أبررت بعض النتائج أن عددًا كبيرًا من الشباب اللبنايين عينة الدراسة المتقدمين فى السن يطالبون بضرورة الكف عن عرض المسلسلات والبرامج التى تُعلم الإجرام واللصوصية، وكذلك أفلام الرعب. والكف عن عرض الأفلام الجنسية والعنفية لأنهما يساعدان على خلق العقد النفسية فى نفوس الشباب، وخاصة المراهقين^(١٢).

والدكتور «عبد الرحمن عيسوى» يُرجع انتشار العنف عند الشباب إلى البرامج التليفزيونية التى تصور الجريمة والعنف بصورة أكبر من حجمها فى الحياة الطبيعية. ويستقد ملء الأحبار بالنشاط الإجرامى والعنف، واستخدامه فى المسرحيات والأفلام لأنه يُفسد القيم التى يعتنقها الشباب ويشوه المعلومات عنها، ولذلك ربما يميل بعض الشباب إلى تجربتها^(١٣).

(١١) عبد الرحمن عيسوى الآثار النفسية والاجتماعية للتليفزيون العربى (دراسة نفسية ميدانية)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩م، ص ٦٧.

(١٢) المرجع السابق، ص ١٨٢.

(١٣) التليفزيون والشباب، مرجع سابق، ص ١٣٦، ١٣٧.

هذا، ويؤكد علماء الاجتماع على أن هناك علاقة ارتباط بين ازدياد جرائم العنف وازدياد البرامج المليئة بالسلوك الإجرامي وأعمال العنف. كما أن مشاهد العنف تُقدّم للشباب وسيلة للتنفيذ أو طريقة السلوك الذى قد يسلكه الواحد منهم عندما تتشابه بعض المواقف فى حياته الواقعية مع المواقف التى يراها فى التلفزيون. كلما عانى الشاب من مشكلات أسرية، واضطرابات نفسية، وشعور بالعدوان راد احتمال تذكره لمواقف العنف فى البرامج ثم تنفيذها فى الواقع إذا تشابهت ظروف هذه الحوادث مع الواقع تشابهًا كبيرًا. وبما يُساعد الشباب على تذكر أساليب العنف عدم معاقبة الشرير فى البرنامج معاقبة تبدو مقبولة ومنطقية، وتصويره فى صورة الأذكى والأسرع والألحج من الشخصيات الأخرى فى البرنامج^(١٤).

ويرى «مروان كجك» أن التلفزيون أحد مصادر أو منابع العنف والانحراف عند الشباب وأن الأحداث الجراح يستمدون معاييرهم المنحرفة وبماذجهم من الأفلام التلفزيونية، كما يجدونها فى السينما وفى الصحافة وفى العديد من قصص المغامرات^(١٥).

وتؤكد الحقائق أن أول وأهم عامل يُساعد على الانحراف عند الأبحاث هو عدم استقرار العلاقات الأسرية فى المنزل. وأكدت الدراسات أن الحدث يرى أعمال العنف فى التلفزيون منذ طفولته المبكرة ويختزنها فى ذاكرته كنوع من المعرفة التى قد يحتاجها فيما بعد^(١٦).

وتوضح الدراسات النفسية أن المشاهدين من الشباب يتقمصون الشخصيات التلفزيونية، وأن الأحداث يكررون السلوك الذى يشاهدونه على الشاشة حيث تثبت أن التلفزيون يؤثر فى مفهوم الأحداث عن أمور الحياة وقيمها،

(١٤) محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء الإسكندرية: دار النهضة، ١٩٨٦م، ص ٦٩.

(١٥) مروان كجك: الأسرة المسلحة أمام الفيديو والتلفزيون القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر، ١٩٨٦م، ص ٧٥، ٧٦.

(١٦) التلفزيون وأثره فى حياة الأطفال، مرجع سابق، ص ٢٧٧.

كما يؤثر فى مشاعرهم وأحاسيسهم، فمن الطبيعى أن يتأثر الأحداث بما يرونه من قصص خيالية وخرافية تثير فيهم مشاعر الخوف والرعب

وما زالت بعض القصص التى تعرض على شاشة التليفزيون تثير الخوف فى نفوس الأحداث كما أن ما يعرض عليهم من مشاهد العدوان والعنف ينعكس بصورة أو بأخرى فى سلوكهم الشخصى. فالعنف فى التليفزيون يتسبب فى خلق العنف والجحوش الحقيقين فى الحياة الواقعية، كما يساعد على انحراف الشباب^(١٧).

أهم الحلول والمقترحات:

١ - ألا تعرض البرامج التى تعتمد على مشاهد العنف أو الرعب قبل العاشرة مساءً حتى يطمئن الآباء إذا رعبوا فى مشاهدة هذه البرامج أن أبناءهم لن يشاهدوها.

٢ - أن تُستبدل مشاهد العنف أو الرعب - التى تكون موضوعة لمجرد الإثارة - بحيل ومناظر درامية من نوع آخر لا يكون لها أثارها التربوية والتدميرية السيئة على المشاهدين.

٣ - حماية النشء والشباب من القيم السلبية التى ترد عن طريق المواد الإعلامية المستوردة والتى لا تعبر عن واقعنا بما يوقع أطفالنا وشبابنا فى حيرة وارتباك.

٤ - بث القيم الإيجابية بالتعاون مع المؤسسات التربوية الأخرى كالمدرسة والمسجد والكنيسة والنادى، مثل تعويد النشء على عادة القراءة والاطلاع والبحث العلمى، وغرس قيمة حب العمل والإحساس بالمسئولية الاجتماعية والانتماء والتعلق الشديد بالوطن والقيم، وتنمية قدرات الطفل العقلية والفكرية.

٥ - الأخذ فى الاعتبار بأن الشباب مشاهد لكل البرامج، وأن المعلومة والفكرة والنصيحة لا يستقيها فقط من برامج الشباب.

(١٧) الآثار النفسية والاجتماعية للتليفزيون العربى، مرجع سابق، ص ٢١، ٢٥.

٦ - عند اختيار الأفلام الأجنبية وغيرها من البرامج المستوردة، يجب مراعاة مناسبتها للمجتمع المصرى وقدراته والسلوكيات والقيم التى نسمى إلى تنميتها فيه خاصة وأن التليفزيون كوسيلة اتصال أصبح له تأثير كبير فى تشكيل عقلية الإنسان وبالتالي تعديل سلوكه واتجاهاته

٧ - يجب على الآباء أن يقوموا بتوجيه الشباب لما يصلح لهم ويميدهم، وأن يساعدوهم على تنمية معارفهم، والارتفاع بمستوى مداركهم وأدوافهم وتكوين القيم والمبادئ لديهم.

٨ - أن يدرك الآباء أن بعض الشباب يكثرون من مشاهدة التليفزيون لأن بيئتهم لا توفر لهم الفرص الكافية للنشاط الاجتماعى أو إنشاء علاقات أسرية سليمة داخل المنزل أو كسب الأصدقاء خارجة مما يتطلب مساعدة الآباء لأبنائهم لإقامة الصداقات مع نظرائهم فى السن وأصدقاء اللعب.

٩ - أن يرشد الآباء أبنائهم إلى بعض البرامج والخبرات التليفزيونية التى تستثير فيهم النشاط الإيجابى فى سلوكهم ونظرتهم للحياة نظرة واقعية.

١٠ - توجيه الأبناء إلى أكثر البرامج فائدة لهم، وذلك عن طريق مشاهدة الآباء للبرامج الهادفة وحث الأبناء على مشاهدتها وإجراء حوار معهم بشأنهم يساهم فى تكوين حسن تقدى لهم.

١١ - أن يتعاون الآباء مع المسئولين عن جهاز التليفزيون فى نقد البرامج على أن يكون النقد هادفاً وبناءً معتمداً على الأساتيد، لا نقداً مجرد النقد أو رغبة فى التغيير فقط، وإبداء ملاحظاتهم عن البرامج التى لا يرضى عنها الآباء وذلك عن طريق إرسال رسائل إلى إدارة تحليل رسائل المستمعين والمشاهدين باتحاد الإذاعة والتليفزيون.

١٢ - تبادل الخبرات بين الآباء والأبناء بعد مشاهدة أى برنامج من أجل تحقيق الهدف التربوى وتنمية المفاهيم الديمقراطية، وتنمية القدرة على الإقناع.

الفصل الثالث

وسائل الإعلام كيف تحصن الشباب من الإدمان

لا أحد يكر قدرة وسائل الإعلام على صناعة الوعي القوي وتعميقه. ومشكلة مصيرية وخطيرة مثل الإدمان على المخدرات أو المنشطات أو المنبهات لا بد أن يكون للإعلام فيها دور ريادي بارز يستطیع أن یصل به إلى كل طبقات المجتمع وفئاته، حتى الأمیین فیہ. ولذلك لابد من وضع استراتيجية إعلامية شاملة تقدم الآراء الطبية والتربوية والنفسية والعلمية والدينية والأمنية من المتخصصين والمسؤولين بأسلوب سهل، سلس، يفهمه جمهور المتلقين دون جهد أو ملل، كما تقدم التمثيليات والمسلسلات الدرامية التي تبتعد عن الدعاية المباشرة الفجة، بل تستخدم أسلحة الفن المؤثرة في أقل المتلقين ثقافة، والمقنعة لأكثرهم ثقافة.

هل أدت وسائل الإعلام دورها الحقيقي في تأمين الشباب من خطر الإدمان؟

يجيب عن هذا التساؤل الخطير الدكتور نبيل راضب بقوله: يجب أن نعترف أن الجهود الإعلامية السابقة والحالية لم تؤثر تأثيراً ملحوظاً في ظاهرة الإدمان، بدليل استمرارها بل وتعاقمها رغم التجربة الإعلامية العالية التي تميز توجّهات الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والكتب المنشورة عن كارثة الإدمان أي أن الرسالة الإعلامية لم تصل إلى المتلقى، سواء أكان هذا الصجر في عملية التوصيل الإعلامي ذاتها أو في المتلقى، أو المدمن الذي لم يقع بخطورة الكارثة عليه شخصياً لأسباب نفسية واجتماعية خاصة به هو.

لذا يتحتم على الإعلام القيام بعدة مهام متشابكة ومتزامنة حتى يتخلص من الأخطاء التي ارتكبها في الماضي في حق الأجيال الجديدة. فقد كان الإعلام سلبياً للغاية في موقعه من الصراعات بين الاتجاهات والتيارات والأحزاب السياسية بما أفقد الشباب القدوة الحسنة والمثل الأعلى الذي يمكن أن يحذو

• اعتمدنا في إعداد هذا الفصل على المراجع التالية

(١) نوال محمد عمر ' الإعلام والمخدرات، القاهرة: المؤسسة العربية الحديثة للطبع والنشر والتوزيع، د.ت

(٢) وميق صفوت مختار مشكلة تعامل المواد النفسية المخدرة، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م

(٣) شهاب اليوم المشكلات والحلول، مرجع سابق، ص ٦٩، ٩٠

حدوده. ومزق حلم المدينة العاصلة أو المشروع القومي الذي يمكن أن يلتف حوله الشباب، فكانت الرسالة الإعلامية على مستوى مضمونها المعلى تؤكد له انعدام الخلاص تحت هذه الظروف، وليس هناك مفر من الفقر أو الهروب من السمينه قبل أن تمرق، هذا وإن كان ظاهر الرسالة الإعلامية يقول بغير ذلك كان من الطبيعي أن يبدأ الشباب بالهجرة المكانية مؤقتًا أو نهائيًا، أو بالهجرة الرمائية إلى العكر والتراث والماضي وغير ذلك من العاصر التي أفلتت من التجريح والتشويه اللذين تعرض لهما كل تاريخ وكل بطل وكل رمز قومي، أو بالهجرة الإدراكية التي تعيب بالشباب عن الوعي، ومن هنا كانت كارثة الإيمان.

ولا بد أن نعترف بهذا القدر الملحوظ من حرية التعبير في السنوات الأخيرة، لكن مشاركة الشباب - على وجه الخصوص - في العمل السياسي لا تزال قاصرة عن شغل الفراغ الفكري والعقلي الذي يُعاني منه، خاصة وأن الأحزاب السياسية قد فشلت في استقطاب الشباب حول قضايا المستقبل والانتاج والتقدم والتطور، لأنها اشغلت في مباررات الجدل العقيم التي تحاول إحراز انتصارات وهمية في ميدان الألفاظ الرنانة والشعارات الطنانة، وذلك كواجهة لتصفية حسابات قديمة. وبذلك حل الماضي محل المستقبل في الاهتمامات اليومية لقادة الأحزاب وأعضائها المتحمسين. أما الشباب - الذي هو المستقبل - فذهل لأناس يعيشون من الحاضر بأجسامهم وفي الماضي بعقولهم، ازدواجية خطيرة تدل على مدى الانفصام الذي يعيشه الكبار ومدى الضياع الذي يُعاني منه الشباب الذي غام المستقبل في عينيه وتلاشت ملامحه، فأصبح من الصعب أن يتحمس لأي شيء، أو يتحمس طريقه وسط العتمة المتكاثفة. وكان لابد له أن يهرب من هذا الكابوس فهاجر بعضه إلى بلد آخر، وبعضه إلى زمان آخر ليس المستقبل على أية حال، أما البعض الآخر فهاجر إلى الغيبوبة حيث تيه المخدرات المدمرة.

وكان للإعلام دور سلبي في تجنب هذه الكارثة، فبدلاً من أن يرتفع بوعي الجماهير ويخوض بها في خضم مشكلاتها بحثاً عن حلول علمية وعملية فعالة،

حتى ينتقل بالجمهور من حالة العرجة أو المشاهدة السلبية إلى وضع الانتماء الحقيقي واتجه إلى أساليب التسلية والإثارة المبهجة التي تعد في حد ذاتها مخدرات إعلامية. ويكفي أن ندلل على ذلك بالسلسلات والحلقات الأمريكية التي تُغرق شاشة التليفزيون عدنا بالعنف والخداع والخسة والتأمر والاعتيال والإجرام وغير ذلك من القيم الفاسدة التي تُمهّد الطريق للإدمان في قلوب الشباب وعقولهم.

هل تكثيف الحملات الإعلامية حول ظاهرة الإدمان يؤدي إلى زيادة انتشارها؟

سؤال مهم للغاية طرحته الدكتورة فنوال محمد عمر، على مجموعة من الشخصيات العامة والمهتمين بهذه الظاهرة من الخبراء الاجتماعيين والنفسيين والمختصين في علم الجريمة ومكافحة المخدرات. فكانت إجابة الأغلبية بنسبة ٧٠٪ لم يؤيد هذا الرأي بينما أيد هذا الرأي ١٥٪ مقابل ١٠٪ يؤيدونها تماماً، مقابل ٥٪ أجابوا: أحياناً.

وكانت للدكتورة فنوال عمر، وقفة أمام هذا التأييد الخطير، وهوس بنسبة ٣٠٪ رغم صغر النسبة بالنسبة للذين رفضوا، ولكن في واقع الأمر هذه النسبة خطيرة للغاية، وخاصة أنها موجهة اتهامها لجهاز إعلامي خطير. وسؤالها: لماذا هذا التأييد؟ فأبدوا أسباباً مهمة جداً هي:

• الأمر في ذلك يتوقف على نوع الحملات، فإذا كانت حملات إعلامية دينية فقد تفيد لأنها الأكثر تأثيراً، أما إذا كانت حملات لها توجهات أخرى غير دينية فقد تؤدي أحياناً - ودون قصد - للدعاية عن أنواع المخدرات.

• كذلك من رأيهم أيضاً أن الشباب في سن المراهقة تكون شخصياتهم أكثر ميلاً إلى التجربة والتقليد. وهناك بعض البرامج التليفزيونية تشرح كيفية التعاطي وأنواع المخدرات.

أما المئة التي رفضت أن تكثيف الحملات الإعلامية حول ظاهرة الإدمان يؤدي إلى زيادة انتشارها، فقد برروا ذلك بالآتي:

• الإدمان غالبًا ما يتعلق بشخصية المدمن نفسه واستعداداته النفسى ومشكلاته الأسرية والاجتماعية

• الإعلام له دور إيجابى إذا أحسن إعداد البرامج التى تُقدم، على أن تكون هذه البرامج مستمرة وليست مؤقتة.

• كثرة البرامج التى تُعالج هذه المشكلة تقلل منها ولذلك يجب مواجهة هذه المشكلة وعدم تجاهلها.

• يجب على المختصين أن يعرفوا أهمية هذه الظاهرة الخطيرة وكيفية علاجها، وذلك يتطلب منهم دراستها دراسة مستفيضة حتى يعرف المدمن خطورة الإدمان ويكفى عرص صورة المدمن وهو مدمر نفسيًا وصحيًا هو وأسرته دون كلمة يقولها يجعل الناس تنعظ.

شروط الرسالة الإعلامية الموجهة للمدمن،

من الضرورى على مرسل الرسالة الإعلامية قبل أن يرسل رسالته أن يقوم بمسح شامل حتى يعرف تمامًا الشريحة التى يخاطبها وطريقة مخاطبتها فى استراتيجيات لا تخطئ وعرض يأتى بالنتائج المرجوة منه، يعتمد على الإقناع وحده ولا شيء غيره، وهى سبيل ذلك فالرسالة الإعلامية لكى تحقق هذا الإقناع لابد أن تشتمل على عناصر ثلاثة هى: المعرفة والاتجاه والسلوك، وعده بثه للمعلومة الرائدة فى هذا البث لابد من تغيير المفاهيم الخاطئة التى ترسبت فى ذهن المشاهد والقارئ والمستمع وهم المستقبلون للرسالة، ولئى تقف مهمته عند حد هذا التعبير وإنما لابد أن تتعداه إلى تدعيم وترسيب المعلومات الصحيحة فى ذهن المستقبل حتى لا ينحرف أو تساوره نفسه للانحراف، وقد يكون هذا المستقبل من تلك الشريحة المترددة بين الإقبال على الإدمان والبعد عنه، وهى الفئة التى يسلط عليها الإعلام وسائله جميعها لوقايتها من الانحراف ومعها الفئة التى جرت تلك

المخدرات والسموم البيضاء، ولكنها استجابت للتصحيح والإرشاد وعادت إلى صوابها وأقلعت عن تعاطي هذه المخدرات وابتعدت عن رفاق السوء

وعلى الرسالة الإعلامية أن تر بعدة مراحل قبل وصولها إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد، وهذه المراحل تحدث في تتابع، فتغير السلوك يتطلب تغيير المعلومات الحافظة أولاً ثم تغيير اتجاهاته غير المستحبة، والعملية كلها تعتمد على نجاح المرسل للرسالة الإعلامية في إقناع المستقبل، ومن هذا المطلق فإن للإعلام دوراً كبيراً في بث الرسالة الإعلامية بهدف المعرفة وتغيير الاتجاهات ثم السلوك وقبول هذه الرسالة من جانب المستقبل هو أولى خطوات الإقناع، ويرداد نجاح الرسالة الإعلامية إذا كان المرسل موثقاً به، وإذا كانت رسالته مستندة إلى العقيدة والقيم الواضحة والجازمة بحيث لا تترك أي فرصة للمستقبل في أن يستنتج معنى آخر غير المقصود منها، ومن هنا يتضح أن إعداد الرسالة الإعلامية الناجحة ليس بالمهمة البسيطة، وإنما تحتاج إلى جهد كبير في البحث والدراسة والإعداد، وكلما كان مرسل الرسالة الإعلامية موضع ثقة المستمع أو المشاهد كلما كانت رسالته مؤثرة ومفيدة وناجحة.

دور كل من: الإذاعة والتليفزيون والسينما في تعصين الشباب من خطر الإدمان،

في دراسة الدكتور «نوال عمر» حول البرامج الإذاعية التي تتناول قضايا الإدمان والمدمنين، قررت (٢٤٠) حالة من أفراد العينة أنها تتابع برامج الإذاعة في مجال ظاهرة الإدمان، وقد ذكرن أسماء البرامج الإذاعية التي يتابعنها، كالتالي:

• جاء برنامج «أجراس الخطر» في مقدمة البرامج الإذاعية التي تتابعها أفراد مجموعة الدراسة حيث بلغ عدد من يستمعن إليها (٢٠٠) يمثل ٥٠٪ من محمل اللاتي تذكرن برامج إذاعية، يليها في الترتيب، ويفارق نسبتي كبير برنامج «ناقوس الخطر» حيث تتابعه ١٠٪ من نفس مجال عدد للبحوثات أما البرامج الإذاعية الأخرى مثل: نحن معك، حديث الصباح، طبيب العائلة، الصحة

والمجتمع، الدين المعاملة، قد اتضح أن جميع المبحوثات لا تعرف عنها شيئاً. هذه النتيجة تعنى أن برنامج «أجراس الخطر» يتصدر قائمة البرامج الإذاعية التي تتناول قضايا الإدمان والمدمنين من حيث عدد الذين يتابعونه من أفراد مجموعة الدراسة، مما يعد مؤشراً على أن هذا البرنامج بما يقدمه من موضوعات وصور حية تستقطب بدرجة كبيرة هذه الفئة موضوع الدراسة.

أما الخبراء والمهتمون بظاهرة الإدمان، فقد جاء ترتيب البرامج الإذاعية التي يتابعونها كالآتي:

• برنامج «أجراس الخطر» جاء في المقدمة حيث قرر ذلك (١٩) فرداً يمثلون ٧٦٪ من إجمالي العينة، وقوامها (٢٥)، أما باقي البرامج التي يتابعونها أفراد مجموعة الدراسة فقد جاءت متابعتها كالآتي: البرامج الدينية نسبة ٥٢٪، الدين والحياة ٤٤٪، شاهد على العصر ٤٤٪، حول الأسرة البيضاء ٣٦٪، تحقيق إذاعي ٣٦٪، وراء القضبان ٢٠٪، عشايتك يا مصر ١٦٪.

وعن دور الإذاعة في تحصين الشباب من خطر الإدمان، قدّم الخبراء هذه المقترحات:

١ - التركيز على العقوبات التي سوف يتعرض لها المدمن إذا عاد مرة أخرى للإدمان بعد علاجه.

٢ - زيارات برامجية للمدمنين في المصحات والسجون حتى يكون عبرة لغيره.

٣ - التركيز على برامج تساعد على ترابط الأسرة، وبالتالي تساعد على الابتعاد عن الإدمان.

٤ - التركيز على برامج لتوعية الآباء والأمهات، وخاصة المسافرين للحارج وكيف يعملون عملية تعويضية، وذلك عن طريق إغراق أبنائهم بالمال بدلا من الرعاية

٥ - تخصيص برامج عن دور المدرسة ودور الأسرة باعتبار أن دور الأسرة يسبق من حيث التوقيت والأهمية كافة الأجهزة والوسائل الأخرى وهذا بالطبع يتطلب أن يقوم الآباء والأمهات بوضع أبنائهم وتثقيفهم تحت الرعاية الدائمة نصحا وتوجيها وتقوية وتعديلا لسلوكهم

يأتى الآن دور التليفزيون فى تحصين الشباب ضد الوقوع فى براثن التعاطى والإدمان. ويذكر فى البداية أن التليفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية فاعلية لإقناع المدمن ببداية العلاج والبعد عن المخدرات، يليه الراديو، ثم الصحف والمجلات فى المرتبة الثالثة، وأخيرا أى فى المرتبة الرابعة السينما والمسرح من ذلك يتضح أن التليفزيون بإمكاناته السمعية والبصرية يحتل مرتبة متقدمة بين هذه الوسائل، ولذلك فعليه عبء كبير وجهود عظيم لا بد أن يبذله المسئولون عنه فى إعداد البرامج التى تعرض لظاهرة الإدمان والمدمنين.

وفى نفس دراسة الدكتور «نوال صمر» جاء ترتيب البرامج التليفزيونية التى تتناول قصايا الإدمان والمدمنين كما يلى:

• برنامج «سلوكيات» ٧٠٪، «سيارة التحقيقات» ٥٠٪، «المواجهة» ٣٧,٥٪، «العلم والإيمان» ٢٥٪، «على الطريق» ٢٠٪، «ريبورتاج» ١٧٪، «لقاء كل يوم» ١٠٪، «حياتنا مع الصحة» ٨٪، «حديث الروح» ٥٪

أما البرامج التليفزيونية التى يتابعها الخبراء والمهتمين بظاهرة الإدمان فجاءت على النحو التالى:

• برنامج «سلوكيات» ٨٪ من مجمل مجموع الدراسة، برنامج «على الطريق» ٦٤٪، «المواجهة» ٦٠٪، «العلم والإيمان» ٥٩٪، «سيارة التحقيقات» ٤٠٪، «حياتنا» ٣٨٪، «الندرات» ٢٠٪، «موضوع للمناقشة» ٢٠٪.

وعن نقد هذه البرامج من قبل الخبراء، فقد جاء كما يلي:

١ - برنامج سلوكيات: ترى الأعلبية أنه شد الانتباه لكونه ركز لمدة طويلة على عرض المشكلة ولكن هناك نقطة خلاف بين مجموعة الدراسة أن المذبة لم توطف البرنامج بطريقة جيدة، حيث إنها ركزت على تصوير المذمتين من الخلف وكان يجب أن تركز على المذمتين حتى يكون عبرة لغيره، ثم لم تركز أيضاً على سبب الإدمان وكيفية علاجه.

٢ - برنامج على الطريق برنامج جيد، لكنه يتقصه إشراك المتخصصين في مجال علم النفس والجريمة في مناقشة الدوافع والظروف التي أدت إلى الإدمان.

٣ - برنامج المواجهة: يعطى صورة حية وواقعية للناس، ولكن يحتاج إلى تحليل لأسباب تعاطى المخدرات.

٤ - العلم والإيمان: توعية الناس عن طريق الدين وتعاليمه، ويوضح الجواب العلمية للظاهرة

٥ - سيرة التحقيقات: يتناول القضية بطريقة الإثارة والتشهير وفصحى علمية بطريقة تنفر المشاهد.

٦ - حياتي عرض في بعض حلقاته خطورة الإدمان، وهو برنامج جيد، ولكنه لم يناقش ظاهرة الإدمان كما ينبغي.

٧ - موضوع للمناقشة: يتعرض للمشكلة بأسلوب جيد عن طريق الأساندة المتخصصين، ولكن أسلوبه يتمشى مع المثقفين، لذا ينبغي أن يتميز بالأسلوب السهل لأنه برنامج جماهيري

ولهؤلاء الصوة ملاحظات مهمة عن الأفلام السيمائية والمسلسلات التي تبث أو تعرض في التلفزيون، فيجب مثلاً ألا تظهر قوة تعار المخدرات وجبروتهم ومدى سيطرتهم وكيفية إعاشتهم في قصور فحيمة. كل هذا يعطى صورة سلبية ووسيلة

انحراف للشباب قد تدفعهم إلى الإدمان لمجرد التقليد. وأكد ٣٥ ٪ منهم أيضًا أن الحلقات الأجنبية أو المصرية التي تتخللها مشاهد للرقص والعري والبيارات وشرب الخمر واللذة الحسية التي يشعر بها المدمنون عامل دافع للشباب للتقليد والمحاكاة.

وقد كان للخبراء والمتخصصين في مجال مكافحة المخدرات والحد من انتشار الإدمان آراء ومقترحات حول ما ينبغي أن يقوم به التلفزيون في هذا المجال نوردها في التالي:

١ - أن تكون البرامج الخاصة بالتوعية خالية من لهجة الأمر، خاصة مع المراهق الذي يحتمل أن يكون رده التلقائي إما الحذر أو السكوت التام.

٢ - الإكثار من البرامج الدينية، وتكون التوعية فيها الهدف الأساس

٣ - الاهتمام بإنتاج أعمال فنية ودرامية وبرامج نوعية أكثر جاذبية وموضوعية ومقنعة وليست فقط تغطية الجانب الدعائي الذي يندرج تحت بند «إبراء الذمة».

٤ - لا بد من وجود متخصصين للإعداد والإشراف على البرامج التي تستهدف لهذه الظاهرة من جوانبها المختلفة، الطبية والنفسية والاجتماعية.

٥ - أن يعد التلفزيون من الإعلانات المبركة لأفلام المخدرات حتى لا يشعر المشاهد بشوة وهو يشاهد الإعلان، ومن هنا يمكن التقليد.

٦ - العمل على الاهتمام بالبرامج التي تهتم بمستقبل الشباب من خلال المشاريع الجديدة والأفكار المستحدثة.

وبسؤال الدكتور «نوال عمر» لمجموعة الخبراء والمتخصصين حول مدى مشاهدتهم للأفلام العربية أو الأجنبية التي تناولت ظاهرة الإدمان وأيهما أكثر تأثيراً؟

أجابوا بأن للأفلام العربية فائدة أكثر عندما يُحسن إنتاجها وتوجيهها وذلك بنسبة ٧٥ ٪، وقد حددوا أسماء الأفلام وهي: المدمن، العار، الوحل، الباطنية، ثرثرة فوق النيل.

أما الأفلام الأجنبية، فالأغلبية بنسبة ٨٥٪ ذكرت فيلم: «إلا ابنتي»، وأجابت ٤١٪ أن حلقات نوتس لاندنج ووحدة الطوارئ أفادت كثيرًا.

ويسأل هؤلاء الخبراء: هل مضمون الأفلام العربية والأجنبية أفاد المشاهدين؟ فكانت الإجابات كالآتي:

١ - فيلم المدمن: استطاع أن يُعرف الناس أن هناك علاجاً للإدمان، وألا يئس الأهل من إدمان أبنائهم طالما أن هناك عزيمة للعلاج، ولكن البعض أكد أن الفيلم اهتم بكيفية تناول المخدرات، وهذا يُعلم الشباب كيف يتعاطونه.

٢ - فيلم الوحل: قرر البعض أن الفيلم مبالغ فيه أكثر من اللازم. وقد عرّض المشكلة دون أن يعرض الحلول، ثم عرّض تاجر المخدرات بصورة حسنة، وهذا خطأ كبير.

٣ - فيلم الباطنية: عرض مشكلة المخدرات بطريقة مبالغ فيها، وعالجها بطريقة مبالغ فيها أيضًا.

٤ - ثرثرة فوق النيل: عرض المشكلة بطريقة محبوة، ولم يضع لها حلاً سوى في النهاية كمادة الأفلام المصرية.

٥ - فيلم العار: صور صورة تاجر المخدرات على أنه رجل طيب تقى يثق فيه الناس. وصور أبناء تاجر المخدرات بوظائفهم المختلفة، وكيف انهارت قيمهم أمام المادة وهذا خطأ كبير.

٦ - الفيلم الأجبي «إلا ابنتي»: عرض المشكلة من خلال مصاحبة أصدقاء السوء وركز على مشاركة الأسرة جميعًا في خطوات العلاج.

٧ - المسلسل الأجبي «نوتس لاندنج»: عالج مشكلة إدمان العتيات بطريقة جيدة جدًا رغم أن الأم سيدة أعمال ولكنها تراعى ابنتها وتلاحظ تصرفاتها رغم الأعباء التي تثقل كاهلها، وهذا درس للأمهات المصريات حيث إن أغلبية الأمهات للطالبات المدمعات لا يعرفن شيئاً عن إدمانهن، وهذا خطير للغاية.

والدكتور «نبيل راعب» يؤكد أن السينما المصرية قامت بدور مدمر في هذا المجال نظرًا لعباب القطاع العام عن مجال الإنتاج السينمائي. فقد أُسرِعَ المنتجون والمخرجون اللاهثون وراء الربح الكبير إلى استغلال ظاهرة الإدمان لما تنطوي عليه من إثارة وغموص ورعب وغير ذلك من التوابل الحريفة التي تلهث وراءها السينما التجارية بصرف النظر عن المنظور الأخلاقي أو المحتوى التعليمي، وإن كانت تحاول أن تتخفى خلف شعارات مقاومة الإدمان. وتوالت الأعلام التي تقدم كل تفاصيل التعاطي وجلسات الإدمان، وعمليات التهريب، ومظاهر الشراء الفاحش التي يرقى في حلها التجار والمهربون والمورعون، والعلاقات الجنسية المثيرة المرتبطة بالتعاطي والإدمان، وفي النهاية نجد المدمن يدخل المصحة يهرج منها في غم صحته ليعيش حياة هائلة وكان الأمر كله بمثابة معامرة مثيرة انتهت نهاية سعيدة ليست لها أدنى علاقة بالعواقب المدمرة للإدمان، والتي قد تلازم المدمن حتى آخر عمره.

وفي نهاية هذه الكلمات التحليلية لواقع السينما المصرية تجاه قضية الإدمان، يؤكد الدكتور «نبيل راعب» ويبحث على تطبيق استراتيجية إعلامية على المستوى القومي تضع في اعتبارها كل الإمكانيات والطاقات المعطية لكل القنوات الإعلامية من صحافة ومجلات ودوريات ومؤلفات وإذاعة وتليفزيون وسينما ومسرح وشرائط كاسيت وفيديو، والتسويق فيما بينها ليحدث التكامل المطلوب والمؤثر والفعال، وذلك أن أي إهمال لسلاح الإعلام في معركة الإدمان الضارية من شأنه أن يؤثر بالسلب على الدور الذي يتحتم على الأسرة والمدرسة وأجهزة الأمن القيام به في سد فوهة بثر الإدمان بعد إخراج الساقطين في قاعها.

من هي الشخصيات المؤثرة في شباب المدمنين إعلاميًا ؟

مازلنا أيضًا مع الدراسة الميدانية للدكتورة «نوال عمر» وسؤالها حول الشخصيات التي يمكن أن تتحدث في البرامج الإذاعية والتليفزيونية عن الإدمان ويكون حديثهم مقنعًا للمدمنين، وقد جاءت الإجابة كالتالي:

• رجال الدين بنسبة ٦٠٪.

• الأطباء النفسيون ٥٥٪.

• علماء الاجتماع ٤٠٪.

• ضباط مكافحة المخدرات ٣٠٪.

• الأدباء والمثقفون ٢٠٪.

• المذيعات المشهورات ١٥٪.

من ذلك يتضح أن رجال الدين ولبثهم الأطباء النفسيون يأتون في مقدمة الشخصيات المقنعة التي يمكن أن تتحدث في البرامج الإذاعية أو التليفزيونية عن الإدمان والمدمنين وكلامهم يكون مؤثرا. أما باقي الشخصيات فقد جاءت في مراتب متأخرة وبسبب متفاوتة ومنخفضة، وقد يرجع ذلك إلى ما لرجال الدين من قدرة على الإقناع. أما الأطباء النفسيون وخاصة العاملين في مجال معالجة الإدمان والمدمنين فلديهم من أساليب العمل ما يؤيد وجهات نظرهم وأقوالهم حول خطورة الإدمان على الجسد والنفس معا.

هل ساهم الإعلام بوسائله المختلفة في نشر الوعي الجماهيري بقانون المخدرات الجديد؟

بلاشك فإن الإعلام يلعب الدور الأول في التوجيه. وقد أصبح الإعلام في حد ذاته يؤدي وظيفة من أخطر الوظائف في العصر الحديث وهو لا يقل في خطورته عن الطب أو التعليم أو غيرهما من المرافق. ولذلك فلا بد للإعلام أن يكون له دور في الإعلان عن قانون المخدرات الجديد الذي أقره مجلس الشعب المصري.

لقد أقر ٦٠٪ من المختصين والمتابعين لقضية الإدمان أن الإذاعة لم تقم بدورها في التعريف بهذا القانون الجديد، مقابل ٢١٪ قرروا أنها قامت بدورها إلى حد كبير، مقابل ١٩٪ قرروا أنها قامت بدورها في هذا الخصوص إلى حد ما

أما بالنسبة للتليفزيون ببرامجه المختلفة التى تتصدى لطاهرة الإدمان فكانت نسبة من قرروا أن التليفزيون لم يقم بأداء هذا الواجب الإعلامى بدلاً من الإعلانات التسويقية التى تحارب العقول أيضاً بنسبة ٦٥٪ مقابل ٢٠٪ قرروا أنه قام بدوره إلى حد كبير، مقابل ١٥٪ قرروا أنه قام بدوره إلى حدٍ ما.

ومن هنا يتضح أن النسبة الكبرى من الخبراء والصفوة المتابعين للبرامج الإذاعية والتليفزيونية أكدوا أن الوسيطتين لم يقوموا بدورهما بدرجة كبيرة فى الإعلان عن القانون الجديد.

وبالنسبة للقانون الجديد فإن مواده غير رادعة إلى حد كبير للحد من انتشار طاهرة الإدمان وتجارة المخدرات ونهريتها إذا ما يترتب على تجارة المخدرات ونهريتها من تكتلك تجارها ومهريتها في هيئة عصابات قوية مسلحة ذات تنظيم يبيع لها الاتصال بأعدائها بالخارج باذلين فى ذلك الأموال الطائلة التى تدرها عليهم هذه المهنة البغيضة ومتجردين فى ذلك من مقومات الضمير والقيم الإنسانية غير عابئين بما يقع على الوطن من وزر الجريمة التى يرتكبونها، وعلى هذا لابد للحكومة والقانون أن يقعا معاً بكل قوة وحزم فى وجه هذا النوع من الإجرام.

وتشارك مصر فى جميع الجهود الدولية لمكافحة المخدرات ووافقت على جميع الاتفاقيات والمعاهدات المعنية بشؤون مكافحتها، كما تتعاون تعارفاً صادقاً مع جميع الهيئات والدول الأخرى فى هذا المجال.

ومن هذا المنطلق يمكننا أن نسأل: هل العقوبات التى تضمنها القانون الجديد رادعة لكل من المدمن والتاجر والجالب؟ اتضح أن ٦٠٪ من أفراد مجموعة الدراسة الخاصة بالذكورة «نوال عمر» أفادت أن العقوبات التى تضمنها قانون المخدرات الجديد رادعة إلى حد كبير للحد من انتشار ظاهرة الإدمان، بينما أفاد ٣٠٪ أنها غير رادعة بأي وجه. أما النسبة الباقية وهى ١٠٪ أجابت أنها لا تعرف.

وتساءلت الدكتورة «نوال عمر» حيث إن النسبة ليست بالقليلة التي أفادت بأن القانون غير رادع للمدمن وهي تمثل ٤٠٪ . لماذا؟ فكانت الإجابة أن القانون الجديد لا يختلف كثيرا عن القانون القديم، بل فيه نقاط ضعف منها:

١ - لا بد أن ينص القانون الجديد على عقوبة أكثر شدة للمدمن وليكن الإعدام مثلاً مثل الناجر لأن المدمن أو من هو كامل بقوته العقلية متعلل بأسباب واهية لتعاطيه كاللئال أو الفراغ.

٢ - تخفيف العقوبة إذا كان الباعث على جريمة الحيازة أو الشراء أو الإتاحة، التعاطي أو الاستعمال الشخصي وجعل التخفيف وجوباً إذا توافر الباعث وعدم جوار تقديم التعاطي للمحاكمة إذا تقدم من تلقاء نفسه أو عن طريق غيره إلى المصلحة مثل رفع الدعوى الجنائية عليه، وهذا ما يراه المتخصصون ضعيفاً، إذ لا بد من الردع والحزم.

٣ - القانون وحده الذي يقضى بالحبس ستة شهور عديم المفع بدون وجود مصحات، وقلة عدد الاختصاصيين المعالجين، وقلة عدد الأسرة، والمستشفيات المتخصصة، حيث إن علاج المدمن يحتاج إلى فريق علاجي متكامل يضم الطبيب النفسي والعضوي والإحصائي النفسي والاجتماعي والتأهيلي والمرضة المدربة على التعامل مع المدمن.

أما بالنسبة للجالب فقد أفاد ٧٠٪ من أفراد المجموعة أن العقوبة الجديدة للمنحدرات رادعة إلى حد كبير، مقابل ١٠٪ قرروا أن هذه العقوبة للجالب في القانون الجديد رادعة إلى حد ما. على أن النسبة الباقية وهي ٢٠٪ منهم فقد قرروا أنها غير رادعة، فتاجر المنحدرات يمكن أن يطلق سراحه بكفالة بعد القبض عليه أو يحكم عليه بالأشغال الشاقة، وهذا مكسب له حيث يستطيع أن يدير أعماله وهو في السجن إذا سجن كذلك يجب أن تنفذ قرارات الإعدام بالنسبة للجالب وبسرعة دون إبطاء.

ما هو المطلوب من وسائل الإعلام أن تقوم به لتحصين الشباب من خطر الإدمان؟

أولاً: وضع استراتيجية إعلامية شاملة، لا نعنى بها الإلحاح الملل على الجماهير أو الحماس الأهورج أو الدعاية الفجة، فهذه جميعها أعراض إعلامية فاشلة شأنها أن تأتي بعكس النتيجة المرجوة تماماً. وإنما نعنى بالاستراتيجية الشاملة دراسة كل أبعاد الظاهرة دراسة إعلامية دقيقة، ثم يتخصص لكل بُعد على حدة توجيه إعلامي يتعامل معه، وفي الوقت نفسه يصب في الهدف العام والقومى فى النهاية. وبذلك يمكن تغطية كل الأبعاد بحيث يسهل الوصول إلى أكبر قطاع ممكن من الجمهور، بكل مستوياته الفكرية، وطبقاته الاجتماعية، وثقافته الاقتصادية، واتجاهاته النفسية

ثانياً: إذا توغل التليفزيون إلى حجرات السجن الرهيبة حيث يقبع المهربون أو التجار أو المدمنون الذين فقدوا حريتهم بعد أن فقدوا إرادتهم، فإن مجرد هذه المشاهد والمواقف كميلة بإثارة تشعيرة الخوف داخل المتلقى عندما يرى بمعنى رأسه مصير هؤلاء البؤساء الضائعين كذلك يمكن تصوير تمديد أحكام الإعدام فى المهرين الذين ثبت إدانتهم، خاصة أن الأحكام أصبحت الآن تسم بالشدة حتى يرتدع المجرمون إن تصوير حكم إعدام واحد بالتليفزيون يمكن أن يكون أكثر تأثيراً وقاعية من حملة إعلامية تستغرق سنوات وتستهلك أموالاً وصفحات وساعات إرسال أمام قراء أو مشاهدين يتشاءون مللاً وضجراً بالجسم الإعلامى أصبح ضرورة ملحة، فالمسألة ليست مجرد مادة إعلامية تقليدية ولكنها ظاهرة غرس كيان الأمة ومستقبلها فى الصميم.

ثالثاً: إذا فى حاجة إلى الإعلام الذى يهر الأعماق الصلدة، وينفض عن عيون الناس وآدابهم أبخرة اللامبالاة وأتربة الشرود، وابتسامات الشك والسخرية. لقد فات أوان الوعظ والإرشاد والصبح والعتاب. قد عيس الإعلام قصة

تقليدية عابرة مساهمة هامسة، لكن التصدي لكارثة مثل الادمان يحتم تقديم كل أبعادها، حتى تلك التي تدفع بالمشاهدين إلى علق أجهرة التليفزيون مثلاً لعدم قدرتهم على تحمل ما يعرض، إن علق التليفزيون في هذه الحالة دليل على الأثر الفعال الذي احترق مشاعر المتلقى، وهو نجاح إعلامي في حد ذاته وليس فشلاً على الإطلاق، فهناك فرق بين أن تقص على جمهور ما قصة سفينة على وشك الغرق وبين أن تصفهم بالفعل على ظهر هذه السفينة، والمثل الشعبي المصري يقول إن من يده في النار ليس كمن يده في الماء ! وعلى الإعلام أن يضع جميع الأيدي في النار حتى تشعر بلسعة الكارثة، لا نقصد بهذه السيرة أن تكون زاعقة وأن تصرخ صراخاً ميلودرامياً أو نعظ وعظاً متشنجاً، وإنما نقصد إبراز الجانب المظلم، الرهيب، الخيف، بقسوة الجراح الذي يثر عضواً في أحشاء المريض حتى يصح الجسد كله. فالأمر لم يعد يحتمل أنصاف الحلول، أو الحلول التقليدية، وعلى الإعلام أن ينتهج سياسة المصارحة والكشف والتعرية واللقاء الأضواء على كل كهوف الظاهرة المظلمة. والضرب الإعلامي على الوتر الانفعالي لدى الجمهور بعد شدة قد يأتي بنتائج أكثر فاعلية من الحوار الأكاديمي الرزين الذي لا بد أن يجد أدانا صماء عند المدمن الذي أخلق منافذ عقله لكن هذا الاتجاه لا يعنى التهيج والإثارة، وإنما يهدف إلى شحن المدمن بعمليات مضادة للانفعالات التي اعتادها مع كل جرعة جديدة للمخدر، وعلماء النفس والمحللون النفسيون خير من يقوم بهذه المهمة.

رابعاً، تبدو وعورة المهمة الإعلامية في أن المتلقى أو المدمن إنسان مريض فقد إرادته في اتخاذ القرار الحاسم لصالح صحته ونفسيته ومستقبله، بل وفقد القدرة على استيعاب كثير من المعاني والأفكار التي ترد على ذهنه في حياته اليومية. ولذلك فليس عليه حرج، ولن يؤثر فيه لوم أو عتاب أو تأنيب أو

تقريع، فهو يصنع من اللامبالاة والشروء جذلاً اسميكاً حوله، يصعب اقتحامه والتماذ إليه، بل إنه يصل في بعض المراحل إلى الاعتقاد بأنه لا يعاني من أية مشكلة على الإطلاق، وإذا كان المصدر المالي لطلب المخدرات متيسراً له وبالتالي تصح المشكلة برمتها مشكلة الإعلاميين والخرج حرجهم، خاصة وأن الإعلام ظل قاصراً في العرة المأصية على الجانب المعتدل في الطاهرة، بمعنى أن الجانب الوحشي، الرهيب، المريع، البشع، لم يظهره الإعلام حتى الآن، فعالباً ما نجد لقاءً مع مدمن يُعالج في مصحة، أو حواراً مع نجم أو فنان أفلح عن الإدمان، فيحكى بإسهاب وسعادة بالعة الأسباب التي أدت به إلى الإدمان، والمعجزة التي هبطت عليه من السماء كي تخرجه من بئر الإدمان، وكأنه يقص قصة مثيرة مسلية أكثر منها محنة أو مأساة، أو مغامرة خطيرة لكنه عاد منها سالماً، وهو الاتجاه الإعلامي الذي ربما أغرى القراء أو المستمعين أو المشاهدين على المرور بنفس المخاطرة طالما أن احتمال النجاة منها قائم بهذه السهولة، إذ أن للمخاطرة في حد ذاتها لذة مثيرة ومغرية.

ولذا فإن لقاء المدمن سواء بالمصحة أو السجن عامل مهم وشكل مناسب للبرامج الإذاعية والتلفزيونية حيث إن رؤية المدمن لنفسه من خلال عيون الآخرين تجعله يحصل على تصور حقيقي لنفسه لا يستطيع الحصول عليه بمفرده. كذلك لا بد من التعريف بأنواع تلك المواد أو العقاقير التي تؤدي إلى الإدمان وذلك من خلال لقاءات مع المدمنين وشرح كيفية علاجهم ونتائج العلاج وليس كيفية تعاطيها.

خامساً: في مواجهة مصيرية كالإدمان كان على وسائل الإعلام أن تُبادر إلى اتخاذ بعض الإجراءات الأولية على سبيل التنوير العاجل مثل: تأليف كتاب علمي سلس يتضمن كل ما يتعلق بالإدمان، ويتم توزيعه على الشباب في

المدارس الثانوية والجامعات والجهات المعنية، وإصدار نشرة طبية تقوم بتوصيل أحدث طرق العلاج إلى الأطباء والمحللين النفسيين والمتخصصين في هذا المجال، وإصدار نشرة دورية للتعريف بعوامل الإغراء التي تؤدي إلى تناول هذه السموم، وطرق العلاج، وكيفية التقدم لمراكز العلاج، وتدعيم الحسور بين قوات الإعلام وتنظيم دورات متخصصة للإعلاميين ورجال الدين والتربية الاجتماعية والنفسية في مجال مكافحة الإدمان، وإقامة أكثر من مركز للمعلومات يقوم بصفة دائمة بالإجابة والرد على الاستفسارات الخاصة بهدف توفير الإحساس بالأمان لكل من يوعى في العلاج وتمكينه من مقابلة المختصين لمناقشة مشكلته في أقرب مركز للعلاج، كذلك عقد مؤتمرات ودورات وندوات متخصصة تذيب أجهزة الإعلام بعض أجرائها التي يمكن للجمهور أن يستوعبها، خاصة الشباب منه.

سادساً وإذا كان الإعلام قد تفرع إلى عدة تخصصات الآن، مثل: الإعلام الصحي، والإعلام الريفي، والإعلام السكاني، فلا بد أن يكون هناك إعلام خاص بالإدمان، يمكنه التنسيق بين أجهزة الدولة المعنية في مجال جهودها في الوقاية والتوعية والإرشاد والصبط والعقاب فعندها تبرز أجهزة الإعلام مثل هذا التنسيق بكل نتائجه الواقعية والمتوقعة، فلا بد أن يكون له أثر كبير في تقليل حجم المشكلة، خاصة إذا كانت التجربة الإعلامية الكاملة مواكبة لهذا التنسيق ويجب ألا نخاف من تعرض أطفالنا وشبابنا للإدراك الكامل والمعرفة الدقيقة لمعنى الإدمان ووبعيات المواد المخدرة أو المنشطة أو الهلوسة سواء الطبيعية منها أو التحليقية، فالوعى الإعلامي في حد ذاته أمضى سلاح في هذه المعركة الشرسة، فالتلقى يقبل على المادة الإعلامية وهو مدرك تماماً لمدى خطورتها والعواقب المأساوية والمضاعفات المرعبة التي ستلحق به، فيعلم إلى أي مصير نائس سيتجه لو أنه فكر - مجرد تفكير - في

المرور بالتجربة على سبيل الإثارة وحب الاستطلاع. وفي عصرنا هذا أصبح عالمنا قرية صغيرة بفعل ثورة الاتصالات والإعلام، وأصبح أطفالنا وشبابنا يعايشون كل أدوات المعرفة من كل أرجاء العالم، وبالتالي أصبح من المستحيل إخفاء ظواهر العصر وحقائقه عنهم بحجة الخوف عليهم من الالحاق إلى الهاوية ولذلك أصبح من الأصل أن يعلموا الحقائق والوقائع من أجهزة إعلامهم الوطنية فلم تعد ظروف العصر أو حركة التاريخ نسمع بأي نوع من العزلة وظلالاً أن النبار أصبح متدفقا وجارفا فلا بد أن نتعلم السباحة فيه حتى نصل إلى بر الأمان، فالمبرة ليست بالمادة الإعلامية هي حد ذاتها، لكنها بأسلوب تقديمها وتوصيلها، فإذا كان التوصيل مسلحا بأساليب التعليم والتوعية فلا خوف على المتلقى

سابعاً: على مرسل الرسالة الإعلامية في هذا الشأن أن يكون على ثقافة تامة ومعرفة بما يدور حول مشكلة الإدمان حتى يستطيع أن يقنع المتلقى. كذلك ينبغي دراسة سيكولوجية المدمن حتى يستطيع تقديم صورة حية عن المدمنين وكيفية التعامل معهم.

ثامناً: اختيار الأوقات المناسبة لتقديم مثل هذه البرامج حتى يستطيع أكبر عدد من المتلقين سماع هذه البرامج، ولا بد من الإعلان عنها عدة مرات في اليوم حتى يقبل عليها أكبر عدد ممكن من المستمعين.

تاسعاً: مع انتشار هذه المخدرات أو المهلوسات أو المنشطات علق في ذهن متعاطيها أنها تخلق سيجاً فكرياً معيناً ونسيجاً حسيّاً معيناً يشعر متعاطيها بأنه في حالة انبساط ونشاط لا يشعر بهما قبل تعاطيه لهذه السموم والغريب في الأمر أن أفلاماً أنتجت وأعاني ألعت وبرامج أذيعت تعبر عن هذه الحالات، ولكن بصورة تثير العصبول عند المتلقى حتى يرغب في التفكير حيث

الشوة والسعادة التى يمثلها المثل وهو يتعاطى المخدرات. إذا لا بد من منح هذه المسلسلات أو الأفلام أو البرامج أو الأعانى، وبث كل ما هو جيد يستهدف نشر التوعية بطريقة علمية مدروسة لا تجارية بحتة.

عاشراً: تقديم برامج ديسية توجه الشباب وتركز على خطورة الإدمان. وأن تقدم هذه البرامج زيارات ميدانية للمصحات التى يعالج بها المدمنون وعمل لقاءات معهم أثناء معاناتهم النفسية والجسدية جراء عدم أخذ الجرعة، وأثناء هذونهم، ويقصون حالتهم وبداية مشوار الإدمان والآثار المدمرة التى يحلفها الإدمان حتى يكون عظة للغير.

حادى عشر: إعداد برامج إداعية وتلغريوية مدروسة وسليمة نقدم فيها المختصين فى علم الاجتماع والنفس والتربية، ورجال الطب والصيدلة، وكذلك رجال الأمن والقانون ورجال الدين والتوعية وغيرهم. وأن تلتزم هذه البرامج بالمعلومة الصحيحة دون تهويل أو تهوين، وتعرض حالات المدمنين هاربة من أى تعليق، وتركها تتحدث من نفسها، ونبتعد عن الوعظ والإرشاد الذى كثيراً ما يأتى بعكس ما هو مقصود منه.

ثانى عشر: إعداد برامج بعيدة عن التخويف والإرهاب بقدر الإمكان إكمالاً لما جاء فى تقرير من كندا فى رسالة اليونسكو «التربية فى مواجهة المخدرات»، من أن الرسائل الإعلامية التى نجح بشدة للتخويف والترهيب، تكون أقل تأثيراً على الجمهور من الرسائل الإعلامية ذات الشرة المعتدلة، فأسلوب التخويف قد يزيد المخدرات فى نظر العناصر الأشد ميلاً إلى تدمير الذات فى صفوف الجماعات المعامرة.

المراجع

أولاً - الموسوعات العلمية :

١ - أسعد رزوقي: موسوعة علم النفس، ط١، مراجعة د. عبد الله عبد الدائم، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٧٧ م .

٢ - عبد المنعم الحفصي: موسوعة أعلام علم النفس، القاهرة: مكتبة مدبولي، ١٩٩٢ م.

ثانياً، الكتب العربية :

٣ - إبراهيم السامرائي: فقه اللغة المقارن، ط٤، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٨٧ م.

٤ - إبراهيم الشمسي: دور الإعلام في تنمية ثقافة الطفل، الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام، ١٩٩٤ م. (ثقافة الطفل - شهادات محلية وعربية).

٥ - إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٩ م.

٦ - أبو المنوح رضوان وأخرون: المدرس في المدرسة والمجتمع، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣ م

٧ - إحسان فهمي: شعر الأطفال وعلم النفس، الحلقة الدراسية الإقليمية حول شعر الأطفال، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، ١٩٨٩ م.

٨ - أحمد البرير: برامج إعلام المعاقين ورؤية مستقبلية، الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام، ١٩٩٤ م. (ثقافة الطفل - شهادات محلية وعربية).

٩ - أحمد بدر. دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، ط ٣، الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٨٢ م.

١٠ - أحمد حسن أحمد: الإعلام من المنطلق العربي إلى التأصيل الإسلامي في وسائل الاتصال الحديث، المغرب: ١٩٩٦ م.

١١ - أحمد سويلم: أطفالنا في عيون الشعراء، القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٥ م

- ١٢ - أحمد محمد المعنوق. الحصيلة اللغوية، أهميتها، مصادرها، وسائل تسميتها، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والعنون والأدب، أغسطس ١٩٩٦م، عالم المعرفة، العدد: ٢١٢ .
- ١٣ - أحمد مختار عمر: أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين، ط٢، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٣ م.
- ١٤ - أحمد نجيب إنتاج كتب الأطفال، مركز تنمية الكتاب العربى، الحلقة الدراسية الإقليمية عن مشكلات إنتاج وتوزيع الكتاب العربى (كتاب الطفل)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٩ من يناير - أول فبراير ١٩٧٩ م.
- ١٥ - أحمد نجيب: أعانى الأطفال الشعبية فى ٢١ لغة من لغات العالم، القاهرة. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٢ م.
- ١٦ - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافى: الذكاء وتسميته لدى أطفالنا، القاهرة: مكتبة الدار العربية للكتاب، ١٩٩٥ م.
- ١٧ - أميمة منير جادو: البرامج التربوية للطفل، القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٩م.
- ١٨ - إيهاب الأزهرى حق الأطفال فى الذكاء، كتاب الحلقة الدراسية عن كتب الأطفال ومجلاتهم فى الدول المتقدمة، القاهرة. الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٥م.
- ١٩ - جابر عصفور: التنوع البشرى الخلاق، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ١٩٩٧م.
- ٢٠ - جيهان رشتى: الدعاية واستخدام الراديو فى الحرب النفسية، القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٥م.
- ٢١ - جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربى، د.ت.
- ٢٢ - حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعى، ط٥، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤م.

- ٢٣ - حسن عماد مكاوى ' تكنولوجيا الاتصال الحديثة، القاهرة. الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٣م.
- ٢٤ - زيدان عبد الباقي: علم النفس الاجتماعى فى المجالات الإعلامية، القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٧٨م.
- ٢٥ - ساعد العربى الحارثى: مسئولية الإعلام فى تأكيد الهوية الثقافية، السعودية، أكتوبر ١٩٩٨م، كتيب المجلة العربية، للعدد ' ١٨.
- ٢٦ - سامى عبد الحميد، بدرى حسون فريد: فن الإلقاء، بغداد: جامعة بغداد، ١٩٨١م.
- ٢٧ - سعد لبيب. قوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمع، ندوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها فى المجتمعات الإسلامية، القاهرة: أكتوبر ١٩٩٤م.
- ٢٨ - سمر روى الفصيل ' تنمية ثقافة الطفل العربى، سلسلة الدراسات العلمية الموسمية المتخصصة (٩)، الكويت: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، ١٩٨٨م.
- ٢٩ - سمير حسين ' الإعلام والاتصال الجماهيرى والرأى العام، القاهرة: مطابع سجل العرب، ١٩٨٤م.
- ٣٠ - سميرة فهمى. تطبيق علم النفس فى برامج الراديو والتليفزيون الموجهة للأطفال، بيروت، ١٩٧٠م، (حلقة برامج الأطفال فى الراديو والتليفزيون).
- ٣١ - سيد أحمد عثمان. علم النفس الاجتماعى التربوى (التطبيع الاجتماعى)، ج١، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٦م.
- ٣٢ - شاكر عبد الحميد ' عصر الصورة (الإيجابيات والسلبيات)، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، يناير ٢٠٠٥م، عالم المعرفة، العدد: ٣١١
- ٣٣ - صلاح بيومى: التنشئة والشخصية: الطفل بين الواقع والمستقبل، القاهرة: دار المعارف، ٢٠٠٢م، سلسلة اقرأ، العدد: ٦٨٠.

- ٣٤ - ضياء الدين أبو الحسب. الطفل وعلم النفس، اتحاد الإذاعة والطفل، سلسلة الدراسات والبحوث الإذاعية، القاهرة: مارس ١٩٨٠م، العدد: ٢٤.
- ٣٥ - طلعت ذكرى: التلفزيون في حياة أطفالنا، القاهرة: مكتبة المحبة، ١٩٨٨م.
- ٣٦ - طلعت ذكرى: التلفزيون والشباب، القاهرة: مكتبة المحبة، ١٩٨٩م.
- ٣٧ - طلعت همام. مائة سؤال عن الإعلام، عمان: دار الفرقان - بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٨٨م.
- ٣٨ - عادل عز الدين الأشول: علم النفس الاجتماعي مع الإشارة إلى مساهمات علماء الإسلام، القاهرة: مكتبة الأبحر المصرية، ١٩٨٥م.
- ٣٩ - عاطف عدلى العبد، مادية سالم. بحوث الإعلام في مصر في المسح الاجتماعي الشامل للمجتمع المصري ١٩٥٢ - ١٩٨٠ م، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٥م، (المجلد رقم ١٣).
- ٤٠ - عبد التواب يوسف: الطفل والكتاب، كتب الأطفال في الدول المتقدمة، مركز تنمية الكتاب العربى، الحلقة الدراسية الإقليمية عن مشكلات إنتاج وتوزيع الكتاب العربى، (كتاب الطفل)، القاهرة. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٩ من يناير - أول فبراير ١٩٧٩م.
- ٤١ - عبد التواب يوسف: فصول عن ثقافة الطفل، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ١٩٩٦ م، مكتبة الشباب، العدد: ٤٣.
- ٤٢ - عبد الرحمن عيسوى: الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربى (دراسة نفسية ميدانية)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩.
- ٤٣ - عبد الرحمن عيسوى: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الاسكندرية: دار الفكر الجامعى، ١٩٨٤م.

٤٤ - عبد الرحمن صالح الشيلى. تحصيل الأطفال من مخاطر السب التليفزيونى،
الرياض، المركز العربى للدراسات الأمنية والتربية، ١٩٩٥ م.

٤٥ - عبد الله عبد الدايم: نحو فلسفة تربوية عربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة
العربية، ١٩٩١ م.

٤٦ - عصام سليمان موسى: التدخل فى الاتصال الجماهيرى، القاهرة ١٩٨٦ م.

٤٧ - هفاف عويس: رسوم كتب الأطفال ومجلاتهم فى الدول المتقدمة، مركز
تحمية الكتاب العربى، الحلقة الدراسية الإقليمية، القاهرة: الهيئة المصرية
العامة للكتاب، ٢٨ من يناير - ٢ من فبراير ١٩٨٤ م.

٤٨ - علاء الدين كفافى، محمد على الشرقاوى: علم النفس، مراجعة: د فؤاد أبو
حطب، القاهرة: وزارة التربية والتعليم، ١٩٩٢ م.

٤٩ - على أحمد على: الأسس النظرية والتطبيقية للصحة النفسية، القاهرة:
مكتبة عين شمس، د. ت.

٥٠ - على محمد شلتوت: علم الاجتماع التربوى، القاهرة: مطبعة الشاعر، ١٩٦٩ م.

٥١ - عمر عثمان حضر: الإعلام وحقوق المعاقين، الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام،
١٩٩٤ م، (ندوة حقوق المعاقين).

٥٢ - عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربى وقضايا العولمة، القاهرة العربى للنشر
والتوزيع، ١٩٩٩ م.

٥٣ - فتح الباب عبد الحليم، إبراهيم ميجاتيل الناس والتليفزيون، القاهرة: مكتبة
الأنجلو المصرية، ١٩٦٣ م.

٥٤ - متسحى الإيبارى: نحو إعلام دولى جديد (دراسات إعلامية معاصرة)،
القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨ م.

- ٥٥ - فيكتور منجلب: أزمة الإعلام الرسمي العربي: النموذج اللبناني، بيروت دار الوحدة، ١٩٨٥م.
- ٥٦ - قدرى حمى: لمحات من علم النفس - صورة الحاضر وجدور المستقبل، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠م.
- ٥٧ - قدرى قلعجى: أمريكا وخطرة القوة، بيروت دار الكتاب العربي، ١٩٨٧م.
- ٥٨ - كاميليا محمود حجازى وأخرون: الحاسب الآلى، القاهرة وزارة التربية والتعليم، ١٩٩٨م.
- ٥٩ - كمال دسوقي: النمو التربوى للطفل والمراهق، بيروت دار النهضة العربية، ١٩٧٩م.
- ٦٠ - محمد الشيبينى: أصول التربية، القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٠م.
- ٦١ - محمد بن مسعود البشر: المسئولية الاجتماعية فى الإعلام: النظرية وواقع التطبيق، ط ١، الرياض: دار عالم للكتب، ١٤١٧هـ.
- ٦٢ - محمد جواد رضا: العرب والتربية والحصارة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٧م.
- ٦٣ - محمد عبد الخالق مدبولى: الشرعية والعقلانية فى التربية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٩م.
- ٦٤ - محمد عبد الهادى عفيفى فى أصول التربية: الأصول الفلسفية للتربية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٧م.
- ٦٥ - محمد معوض: إعلام الطفل، القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٤م.
- ٦٦ - محمد كامل حسين: اللغة العربية المعاصرة، القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٦م.
- ٦٧ - محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، الاسكندرية. دار الدعوة، ١٩٨٦م.

٦٨ - محمد منير مرسى تاريخ التربية في الشرق والغرب، القاهرة عالم الكتب، ١٩٩٣م.

٦٩ - محمود بسيوي رسوم الأطفال قبل المدرسة، القاهرة. دار المعارف، ١٩٩١م.

٧٠ - محمود حماد. الإعلام الإسلامى بين المكونات الذاتية والواقعة والواقع فى وسائل الاتصال الحديثة، المغرب: ١٩٩٦م.

٧١ - محمود كرم سليمان. التخطيط الإعلامى فى ضوء الإسلام، ط ١، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ١٤٠٩هـ.

٧٢ - مدحت كاظم: تنمية سلوك الطفل عن طريق القصص، الحلقة الإقليمية للمقيم التربوية، القاهرة الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٩م.

٧٣ - مروان كجك: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، القاهرة: دار السلام للطباعة، ١٩٨٦م.

٧٤ - مصرى عبد الحميد حنورة: الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الرواية، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩م.

٧٥ - مصطفى رجب: الإعلام التربوى فى مصر، واقعه ومشكلاته، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٩م.

٧٦ - مصطفى سويف: الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الشعر خاصة، القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٠م.

٧٧ - مصطفى محمد عيسى فلاته: المدخل إلى التقنيات الحديثة فى الاتصال والتعليم، الرياض، جامعة الملك سعود ١٩٩٢م.

٧٨ - مصطفى مندور اللغة بين العقل والمعامرة، الاسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٧٤م

- ٧٩ - تادية جمال الدين: وسائل الاتصال الجماهيرى وإمكانياتها التعليمية فى القرى المصرية، كتاب التربية المعاصرة، العدد ٢، القاهرة: سبتمبر ١٩٨٤م.
- ٨٠ - نيل راعب: شباب اليوم المشكلات والحلول، القاهرة: المجلس الأعلى للشباب والرياضة، ١٩٩٥م، (دليل القادة)، رقم: ٨.
- ٨١ - بيل على: الثقافة العربية وعصر المعلومات، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، ديسمبر ٢٠٠١م، عالم المعرفة، العدد ٢٧٦
- ٨٢ - نعمات أحمد فؤاد: ثقافة الطفل فى وسائل الإعلام، مؤتمر ثقافة الطفل فى الإعلام، القاهرة: مركز دراسات الطفولة بجامعة عين شمس، يناير ١٩٨٥م.
- ٨٣ - نوال محمد عمر: الإعلام والمخدرات، القاهرة: المؤسسة العربية الحديثة للطبع والنشر والتوزيع، د.ت.
- ٨٤ - وفیق صفوت مختار: المدرسة والمجتمع والتوافق النفسى للطفل، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٣م.
- ٨٥ - وفیق صفوت مختار سيكولوجية الطفولة، القاهرة: دار خريب للطباعة والنشر، ٢٠٠٥م
- ٨٦ - وفیق صفوت مختار: مشكلة تعاطى المواد النفسية المخدرة، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م.
- ٨٧ - وفیق صفوت مختار: سيكولوجية الأطفال الموهوبين: خصائصهم، مشكلاتهم، أساليب رعايتهم، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م.
- ٨٨ - وليم عبید: الكتب العلمية للطفل، السدوة الدولية لكتاب الطفل، القاهرة. الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٧م.
- ٨٩ - ياسين الكردى: مقاييس الذكاء وأهميتها فى عملية التقويم والقياس، بغداد دار الشؤون الثقافية، ١٩٨٦م.

- ٩٠ - يعقوب الشاروني: حول وسائل الإعلام للطفل، تقييم ونظرة مستقبلية، ندوة العمل مع الأطفال، مركز دراسات الطفولة، القاهرة. جامعة عين شمس، ١٩٧٨م
- ٩١ - يوسف ميخائيل أسعد: الثقافة ومستقبل الشباب، القاهرة. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٤م
- ٩٢ - يوسف ميخائيل أسعد: قادة الفكر العلفى، القاهرة: المؤسسة العربية الحديثة، د.ت.

ثالثاً: الكتب المترجمة:

- ٩٣ - أودوين واكين: مقدمة إلى وسائل الاتصال، ترجمة: وديع فلسطين، القاهرة: مطابع الأهرام التجارية، ١٩٨١م.
- ٩٤ - دنيس مكوبل: الإعلام وتأثيراته، ترجمة: د. عثمان العربى، الرياض: دار الشبل، ١٩٩٢م.
- ٩٥ - فابريو. الوسائل السمعية والبصرية أداة للعمل الثقافى: التنمية الثقافية، تجارب إقليمية، تأليف مجموعة من خبراء اليونسكو، ترجمة: سليم مكسور، مراجعة: عبده وزان، ط١، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٨٣م
- ٩٦ - فرنسيس بال: وسائل الإعلام والدول المتطورة، ترجمة: حسين العودات، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، ١٩٨٣م.
- ٩٧ - مارى وين: الأطفال والإيمان التليفزيونى، ترجمة: عبد الفتاح الصبحى، الكويت. المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، يوليو ١٩٩٩م، عالم المعرفة، العدد: ٢٤٧.
- ٩٨ - مايكل هاتب أمدى: دور الإعلام فى العالم الثالث فى نظام الإعلام المقارن، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩١م.

٩٩ - هانز بيتر مارتين، هارالد شومان: فتح العولة، ترجمة: عدنان عباس علي، مراجعة رمزي ركي، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٨م، عالم المعرفة، العدد: ٢٢٨.

١٠٠ - هيربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٩م، عالم المعرفة، العدد: ٢٤٣.

١٠١ - ويلبورشرام وأخرون: التليفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: ركريا سيد حسن، القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة، ١٩٦٥م.

١٠٢ - ويلبورشرام: أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة: أحمد فتحي، القاهرة: الهيئة العامة للتأليف والنشر، ١٩٧٠م.

رابعاً: الصحف والمجلات والدوريات،

١٠٣ - أحمد بيوضي: وسائل الاتصال والإعلام الجديدة، مجلة الفيصل، السعودية. دار المصطلح الثقافية، سبتمبر - أكتوبر، ١٩٩٥م

١٠٤ - أحمد عبد الملك: الإعلام العربي بين الأزمة وصياغة القرار، مجلة العربي، الكويت: وزارة الإعلام، سبتمبر ١٩٩٦م، العدد: ٤٥٤.

١٠٥ - إياس حنى العولة: تكريس النمط العربي، مجلة العصور الجديدة، القاهرة: سبتمبر ١٩٩٩م، العدد الأول.

١٠٦ - تهاضر حصون: مسؤولية الإعلام التربوي، مجلة الفيصل، السعودية: دار المصطلح الثقافية، نوفمبر - ديسمبر ١٩٩٣م، العدد: ٢٠٤.

١٠٧ - جمانة رشيد شومان: التليفزيون وتشكيل السلوك، مجلة العربي، الكويت: وزارة الإعلام، يوليو ١٩٩٤م.

١٠٨ - حسنى خشبة: قراءات تحليلية في وقائع المؤتمر الدولي للإعلام في ويلتون بارك البريطاني، جريدة الشرق الأوسط، ٢٢ من ديسمبر ١٩٩٤م، العدد: ٥٨٦٨.

١٠٩ - حواس محمود: أثر وسائل الإعلام على الطفل، مجلة الحفجى، السعودية، جمادى الأولى ١٤٢٥هـ.

١١٠ - سوران يوسف أحمد القلبنى الاختراق الإعلامى الأجنبى فى الوطن العربى، مجلة شئون عربية، القاهرة: جامعة الدول العربية، يونيو ١٩٩٢م، العدد: ٧٠.

١١١ - صالح أبو اصبع وسائل الإعلام العربية والاسلاب الثقافى، مجلة شئون عربية، القاهرة. جامعة الدول العربية، يوليو ١٩٨٢م، العدد: ١٧.

١١٢ - عبد التواب يوسف: رسم استراتيجىة إعلامية للطفل العربى، مجلة تنمية المجتمع، القاهرة، ١٩٨٠م.

١١٣ - عبد القادر طاش: العرب فى مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، الحلقة الأولى، مجلة الفيصل، السعودية: دار الفيصل الثقافية، أكتوبر - نوفمبر ١٩٩٥م، العدد: ٢٢٨.

١١٤ - عبد القادر طاش: العرب فى مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة، الحلقة الثانية، مجلة الفيصل، السعودية: دار الفيصل الثقافية، نوفمبر - ديسمبر ١٩٩٥م، العدد: ٢٢٩.

١١٥ - عبد الله الجاسر: سوق الاتصالات والإعلام فى المنطقة العربية، جريدة الشرق الأوسط، ١٤ من يناير ١٩٩٥م، العدد: ٥٨٩١.

١١٦ - عبد الله الفداسى: مفهومات ثقافية سائدة فى وسائل الإعلام الخليجى المقروءة، جريدة الرياض السعودية، ١٥ من ديسمبر ١٩٩٤م، العدد: ٩٦٧٠.

١١٧ - فهد الطباش أوريا تتصدى لهوليوود، جريدة الشرق الأوسط، ١٩ من أغسطس ١٩٩٤م.

١١٨ - فهد الطياش: أوهام الغزو الثقافي، جريدة الشرق الأوسط، الأول من فبراير ١٩٩٥م.

١١٩ - قدرى حنفى: سينما الأطفال وعلم النفس، مجلة الفن الإبداعى، القاهرة، يناير ١٩٨٨م، العدد: ١١٦.

١٢٠ - كارلوس كورريز: نحو ركيزة تربوية لعصر المعلومات، ترجمة: د. شوقى سالم، مجلة الثقافة العالمية، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، يناير ١٩٩٣م.

١٢١ - لولوة حمد العليان: سيكولوجية الإعلام بين التعبير والتحصين، المجلة العربية، جمادى الآخرة ١٤١٦هـ.

١٢٢ - محسن خضر: النظام التربوى العربى والمستقبل، مجلة الكويت، الكويت: وزارة الإعلام، أكتوبر ٢٠٠٠م، العدد: ٢٠٤.

١٢٣ - محمد بن مسعود البشر: النزعة المادية وأثرها فى مصموم الوسيلة الإعلامية (المجتمع الأمريكى نموذجاً)، المجلة العربية، السعودية، ١٤١٧هـ العدد: ٢٢٨.

١٢٤ - محمد مصالحة. تنمية الإعلام كشرط للتنمية العربية الشاملة، مجلة شئون عربية، القاهرة: جامعة الدول العربية، يونيو ١٩٨٤م، العدد ٢٨.

١٢٥ - مصباح الحاج عيسى: استخدام الهاتف والشاشة الإلكترونية فى التعليم عن بُعد فى دول الخليج العربى، المجلة العربية لبحوث التعليم العالى، دمشق: المركز العربى لبحوث التعليم العالى، يوليو ١٩٨٧م.

١٢٦ - مصطفى رجب: الإعلام التربوى فى البلاد العربية، مجلة الميصل، السعودية: دار الميصل الثقافية، ديسمبر ١٩٩٦ - يناير ١٩٩٧م، العدد: ٢٤٢.

- ١٢٧ - مصطفى رحب: أطفالنا بحاجة إلى تربية إعلامية جديدة، مجلة الحفج، السعودية
- ١٢٨ - مورييس أبو ناصر: أفكار جديدة لعصر جديد، عجلة الصوت والصورة والكلمة، جريدة الحياة اللبنانية، ١٦ من أكتوبر ١٩٩٤م، العدد: ١١٥٦٤.
- ١٢٩ - وفيق صفوت مختار: حوار مع الشاعر أحمد سويلم، مجلة هو وهي، بيقوسيا، قبرص، مؤسسة الشرق الأوسط المحدودة، يناير ١٩٩٨م.
- ١٣٠ - وفيق صفوت مختار: حوار مع الشاعر فاروق شوشة، مجلة الحرس الوطني، السعودية: رئاسة الحرس الوطني السعودي، يناير ٢٠٠٠م، العدد: ٢١١.
- ١٣١ - وفيق صفوت مختار: لقاء مع الشاعر أحمد سويلم، المجلة العربية، السعودية، إبريل ٢٠٠٠م، العدد: ٢٧٥.
- ١٣٢ - وفيق صفوت مختار: الانتماء وبناء الشخصية العربية، مجلة الفيصل، السعودية: دار الفيصل الثقافية، نوفمبر - ديسمبر ٢٠٠٠م، العدد: ٢٩١.
- ١٣٣ - وفيق صفوت مختار: التليفزيون. كيف يشكل سلوك الطفل وسمى قدراته، مجلة القافلة، السعودية، يناير - فبراير ٢٠٠١م.
- ١٣٤ - يحيى عبد الرؤوف جبر: مسلسل الماهل، مقدمات ونتائج، رسالة الخليج العربي، ١٩٩٠م، العدد: ٤٣.

خامساً، الوثائق والدراسات والرسائل العلمية،

- ١٣٥ - روضة الفرع الهدهد: كتب الأطفال، المجلس العربي للطفولة والتنمية، نحو مستقبل ثقافي أفضل للطفل العربي، القاهرة: ٢٩ من أكتوبر - الأول من نوفمبر ١٩٨٨م.
- ١٣٦ - عبد السلام الشيخ: بعض متغيرات الشخصية الشارطة لتفضيل متغيرات الصنوع المرئية، القاهرة ١٩٧٨م (رسالة دكتوراة - جامعة القاهرة).
- ١٣٧ - مكي سعيد الحديدي: الإذاعة والطفل العربي، القاهرة: المجلس العربي للطفولة والتنمية.

١٣٨ - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: الإعلام العربي حاضراً ومستقبلاً، تونس، ١٩٨٧م.

١٣٩ - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، تونس، ١٩٩١م.

١٤٠ - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: المحور الأول للسياسات الثقافية والاتصالية في الوطن العربي، تونس ١٩٩٩م

١٤١ - مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية: التقرير الاستراتيجي العربي، القاهرة، ٢٠٠٠م.

١٤٢ - وزارة الثقافة المركز القومي لثقافة الطفل، المهرجان السنوي الرابع، مهرجان بابا شارو، مدونة برامج الأطفال في الإذاعة والتليفزيون، مجلة البحوث، القاهرة، ١٩٨٤م.

سادساً المراجع الأجنبية،

- 143- Bandura, A. & others: Transmission of aggression through imitation of aggressive models, Jour of abn & Soc Psy Vol. 63, 1961
- 144- Barlow, John Perry, Selling wine without bottles: The Economy of Mind the Global Net, In Leeson, Lynn Hersh man, edchcking In Hotlinks to adigital culture, Bay Press, The united States of America, 1996.
- 145- Berlyne, D.E. Studies in the New Experimental a esthetics. John wicly, Washington, 1974.
- 146- Bertrand, clond. Gean. Media Ethicsin Perspective In Heibert, Eldon Ray & Reuss, carol (Ed). Impact of Mass Media. New York. Longman, 1988.
- 147- Cashmore, Ellis, & Rojk, chris, eds, Dictionary ol cultural Theorists, Edward Arnold pulplishers Ltd, New York, 1999.

- 148- Egan, Kieran, *The Educated Mind - How cognitive Tools shape our Understanding*
The university of chicago Press, The united states of America, 1997
- 149- Everett M. Rogers, *Diffusion Of In vations*, New York, The Free Press, 1962.
- 150- Everette M. Rogers, *Modernzation among Peasants, The Impact of communication*, New York, Holt, Rinehart and Winston, Inc, 1969
- 151- Fink, conard c. *Media Ethics In The Newsroom An Beyond*. New York: McGraw - Hill company 1988.
- 152- Fleming: C.M. *The social Psychology of education*, London, Kegan Paul, 1944,
- 153- Haskins, J. *Global Television and Film. An introduction to the Economics of the Business*. N.Y: oxford univ. Press.
- 154- Hollingshead, A.B & Redlich, F.C. *Social and mental illness, A community study*, New York, John Wiley, 1958.
- 155- Kinch, J.W. *social Psychology*. New York: McGraw Hill, 1973
- 156- Klapper. J. *The Effects of Masscommunication*, New York, The free Press, 1960.
- 157- Levinson, Paul, *Digital McLuhan - a guide to the information mil-lennium*, Routledge, Great Britain.
- 158- Lipsitz, George, *class and consiousness*, in Kumar, Amitava, ed, *class Issues Pedagogy, cultural studies, and the Public sphere*, New York university Press, U.S.A. 1997.
- 159- Mclobben, Bill, *The Age of Missing Information*, The Penguin Group, New York. 1993.
- 160- Negroponte, Nicholas, *Being Deigital*, Hodder and stoughton, Great Britain, 1995.
- 161- New comb, Theodore M. *Social Psychology*, (3rd Impression). London: Tavistock Publications. 1959.
- 162- Postman, Neil, *Technopoly. The surre nder of culure to Technology*, Vintage Books, The united states of America. 1992.

- 163- Sherif, Muzafer & Sherif, Carolyn. An outline of social Psychology (Rev Ed.). New York: Harper, 1956.
- 164- Statton Jon, Cyberspace and the globalization of culture, in Porter, David, eds, Internet culture, 1997.
- 165- Thompson, John B. The Media and Modernity A Social Theory of the Media, stanford university Press, california. 1995.
- 166- Wolf, kathern M. & Fiske, Morjones. The children talk about comics. In Lazar sfield. P.F. & stanton. F (editors) ommunication Research, 1948. 1949. New York. Harper.
- 167- Zillman, D. The oming of Media Entertainment. 15 - 16 - London: Courance Erlbaum, 2001.

المحتويات

| الموضوع | الصفحة |
|---|--------|
| الإهداء | ٥ |
| المقدمة | ٧ |
| الباب الأول: وسائل الاتصال | ٩ |
| الفصل الأول: وسائل الاتصال المباشر وغير المباشر | ١١ |
| الفصل الثاني: أهم وسائل الاتصال الجديدة | ١٩ |
| الباب الثاني: وسائل الإعلام | ٢٩ |
| الفصل الأول: الإعلام .. ماهيته، وأسايب تكامله | ٣١ |
| الفصل الثاني: أهم وسائل الإعلام | ٣٧ |
| الفصل الثالث: أهم خصائص الإعلام، ووظائفه | ٤٥ |
| الفصل الرابع: أهمية الإعلام | ٥٥ |
| الفصل الخامس: الإعلام الحديث، إطاره العام، أدواره، تناقضاته | ٧١ |
| الباب الثالث: سيكولوجية متلقى الرسالة الإعلامية | ٨٣ |
| الفصل الأول: الاتصال الشخصي .. أهميته، وخصائصه | ٨٥ |
| الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري .. نشأته، سماته، | |
| أهدافه، أهم تحدياته | ٩٥ |
| الفصل الثالث: الرسالة الإعلامية: أهدافها، خصائصها، | |
| ديناميات استقبالها | ١٠٣ |

الفصل الرابع: متلقى الرسالة الإعلامية.

إيجالياته ودوافعه ١١١

الباب الرابع: الآثار التي ترتبت على تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ١٢١

الفصل الأول: الآثار التكنولوجية ١٢٣

الفصل الثاني: الآثار المعلوماتية والثقافية ١٢٩

الفصل الثالث: الآثار الاقتصادية والاجتماعية ١٣٥

الباب الخامس: العرب .. وأهم التحديات الإعلامية الراهنة ١٤١

الفصل الأول: ملامح البيئة الإعلامية الجديدة ١٤٣

الفصل الثاني: الواقع الإعلامي الراهن للعالم العربي ١٥٧

الفصل الثالث: أهم التحديات الإعلامية الراهنة وسبل مواجهتها ١٦٩

الباب السادس: أهم المشكلات التي صاحبت وسائل

الاتصال والإعلام المعاصرة ٢٠٣

الفصل الأول: الهيمنة الغربية الأمريكية على وسائل

الاتصال والإعلام المعاصرة ٢٠٥

الفصل الثاني: تفشى النزعة المادية في اقتصاديات

الوسيلة الإعلامية ٢١٧

الفصل الثالث: تسلية وترفيه مبالغ فيهما ٢٢٣

الباب السابع: الإعلام والتربية ٢٣١

الفصل الأول: التربية .. مسيرتها التاريخية، ماهيتها، أهميتها .. ٢٣٣

| الموضوع | الصفحة |
|---|--------|
| الفصل الثاني: الإعلام التربوي .. مسئولياته، ومشكلاته .. ٢٥٧ | |
| الفصل الثالث: وسائل الإعلام وقضية تدهور اللغة العربية .. ٢٨١ | |
| الباب الثامن: الإعلام والطفل .. ٣٠٥ | |
| الفصل الأول: الرسالة الإعلامية والطفل .. ٣٠٧ | |
| الفصل الثاني: دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية للطفل .. ٣٢٧ | |
| الفصل الثالث: دور المادة الإعلامية في إشباع الحاجات الأساسية للطفل .. ٣٤٣ | |
| الفصل الرابع: دور الإعلام في رعاية الأطفال المعاقين .. ٣٦٣ | |
| الفصل الخامس: دور الإعلام في تنمية الوعي السياحي للأطفال ... ٣٧٧ | |
| الباب التاسع: وسائل الإعلام والشباب .. ٣٨٧ | |
| الفصل الأول: وسائل الإعلام كيف تحمّن الشباب | |
| من الإباحية الجنسية؟ .. ٣٨٩ | |
| الفصل الثاني: وسائل الإعلام كيف تحمّن الشباب من العنف؟ ٤٠١ | |
| الفصل الثالث: وسائل الإعلام كيف تحمّن الشباب من الإدمان؟ .. ٤١٧ | |
| المراجع .. ٤٣٩ | |
| المحتويات .. ٤٥٧ | |
| المؤلف .. ٤٦٠ | |

المؤلف

- وافيقي بصوت مختار.
- كاتب في مجال العلوم التربوية والنفسية.
- حاصل على ليسانس الآداب والتربية، كلية التربية بسوهاج - جامعة أسيوط.
- حاصل على الدبلومة الخاصة في التربية وعلم النفس، كلية التربية بسوهاج - جامعة أسيوط.
- عمل محرراً صحافياً بمجلة «هو وهي» القاهرية في الفترة من عام ١٩٩٥ م وحتى عام ١٩٩٩ م، وكانت المجلة آنذاك يترأس تحريرها الدكتورة / آمال توفيق.
- يُحاضر المؤلف في تجمعات الشباب وأولياء الأمور في مجال تخصصه.
- فاز بجائزة الشيخ عبد الله المبارك الصباح للإبداع العلمي على مستوى الوطن العربي، عن نتاجه المتميز: المخدرات وأثرها المدمر. والجائزة ممنوحة من دار سعاد الصباح بدولة الكويت.
- تلقى خطاب شكر وتقدير من السيدة / سوران مبارك قرية رئيس الجمهورية، بمناسبة صدور مؤلفه: أبنائنا وصحتهم النفسية. رئاسة الجمهورية في ١٢ من مارس ٢٠٠٢ م.
- سجل للتليفزيون المصري - القناة السابعة - عدة برامج في أكثر من عشر حلقات في عدة برامج منها:
- * برنامج «أوراق ملونة» إعداد: وائل مختار، مبرعت أبو حشيش، تقديم: هيام الصغير، إخراج: خالد وليد.
- برنامج «الطفل والمجتمع»، إعداد: غادة عونى، تقديم شيرين غيث، إخراج أمل شاهين.

• من أهم مؤلفاته التى صدرت:

١ - مشكلات الأطفال السلوكية (الأسباب وطرق العلاج)، القاهرة دار العلم والثقافة، ١٩٩٩م.

٢ - أبناؤنا وصحتهم النفسية، القاهرة. دار العلم والثقافة، ٢٠٠١م.

٣ - المدرسة والمجتمع والتوافق النفسى للطفل، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٣م.

٤ - سيكولوجية الأطفال الموهوبين (خصائصهم، مشكلاتهم، أساليب رعايتهم)، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م

٥ - سيكولوجية الأطفال ضعاف العقول، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م

٦ - الأسرة وأساليب تربية الطفل، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م

٧ - مشكلة تعاطى المواد النفسية المخدرة، القاهرة: دار العلم والثقافة، ٢٠٠٥م.

٨ - سيكولوجية الطمولة، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

٩ - سيكولوجية الأطفال ذوى الاحتياجات الخاصة، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م.

١٠ - وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعى الأطفال والشباب، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م.

١١ - بستان المعرفة، القاهرة: مونا لبرا الكتاب، ٢٠٠٧م.

• لاقت هذه المؤلفات ترحيب الصحف المصرية فراجحت تنشر عنها فى صدر صفحاتها المتخصصة:

• فى جريدة المساء الأسبوعية، باب: قضايا أدبية، تقديم: الأديب / محمد جبريل.

• فى جريدة الأهرام القاهرية، باب: عذاء العقول، تقديم: الصحافية / ماجدة الجندى.

• فى جريدة الجمهورية القاهرية.

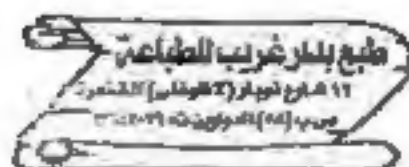
• قام الأستاذ / محمود رمضان محمد، بنشر دراسة تحليلية عن مؤلف: مشكلات الأطفال السلوكية، وذلك بمجلة الوعى الإسلامى، العدد: ٤١١، فبراير / مارس ٢٠١١م.

- قامت الصحافية الكبيرة «سعدية شعيب» بعرض آراء وأفكار الكاتب التى وردت فى مؤلفاته، على صفحات جريدة الأهرام القاهرية، باب المرأة والطفل.
- للكاتب أكثر من خمسين مقالا ودراسة منشورة فى المجلات والدوريات العربية المشهود لها بالريادة والمرجعية العلمية منها:
 - مجلة العربى، دولة الكويت.
 - مجلة النبصل، المملكة العربية السعودية.
 - مجلة الحمقى، المملكة العربية السعودية.
 - مجلة الوعى الإسلامى، دولة الكويت.
 - مجلة القافلة، المملكة العربية السعودية.
 - مجلة البحرين الثقافية، ملكة البحرين.
 - مجلة مسار الإسلام، دولة الإمارات العربية.
 - المجلة العربية، المملكة العربية السعودية.
 - مجلة الكويت، دولة الكويت.
- كتب المؤلف فى أدب التراجم، وخاصة للشباب، إبان عمله بمجلة «هو وهى» القاهرية، منها:
 - بكرم التوسى، جمال السجينى، محمود سعيد، صبرى راضى، ركنى عليجات، إبراهيم طوقان، أحمد محرم.
- كما كتب المؤلف بعض التراجم للصغار، وقد نشرت بمجلة «قطر السدى» القاهرية، التى تصدر عن الهيئة المصرية لقصور الثقافة، منها:
 - رفاعة رافع الطهطاوى، نبوية موسى، محمود سعيد.
- قام الكاتب بمحاورة كبار الأدباء والشعراء والعلماء بذكر مهم: الكاتب يوسف ميخائيل أسعد، الدكتور / مصطفى رجب عميد كلية التربية السابق، الفنان

التشكيلى / أحمد رأفت، والأدباء: محمد جبريل، سكينه فؤاد، يوسف
الشارونى، إدوار الخراط، خيرى شلى، محمد البساطى. والشعراء: فاروق
شوشة، فاروق جويده، محمد إبراهيم أبو سنة، أحمد سويلم، بدر توفيق، أحمد
زرزور، أمجد ريان، ماجد يوسف، جمال القصاص.

وقد نشرت هذه الحوارات فى المجلات التالية:

- مجلة الطهطاوى - بيته ثقافة طهطا.
- مجلة هو وهى - القاهرة.
- مجلة الكويت - دولة الكويت.
- مجلة المنهل - المملكة العربية السعودية.
- المجلة العربية - المملكة العربية السعودية.
- مجلة الشعر - القاهرة.
- مجلة الحرس الوطنى - المملكة العربية السعودية.
- أجرت صحيفة صوت سوهاج، العدد: ٤٧، أكتوبر ٢٠٠٣م، حواراً مع المؤلف
تحت عنوان: النشاط الثقافى بسوهاج فى مهب الريح، تحقيق: زين عبد الحكيم.
- ترجمت بعض مقالاته إلى اللغة الإنجليزية.





هذا الكتاب

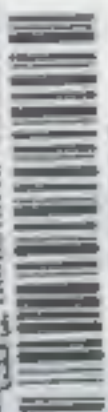
وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وهي الأطفال والشباب، يطور
جهذا والغاء موضوعات، ومنهجيا حيث يتناول أخطر القضايا وأدقها على
الإطلاق لما للإعلام المعاصر في عصر المعلوماتية من دور حيوي للغاية في
تشكيل وهي الأفراد والجماعات.

حيث يتناول قضايا غاية في الدقة والحساسية سيما راح يعرض لوسائل
الاتصال المباشر وغير المباشر، وسير الحوار العمل الإعلامي من حيث خصائصه
وظائفه وأهميته، والعرض اللطيف الشيق لما يعرف بتكنولوجيا مطلق الرسالة
الإعلامية، وكذلك لتحليل المتأني لأهم التحديات التي تواجه الأمة العربية في
ظل الثورة الإعلامية الراهنة وسبل مواجهتها.

أسعرض الكتاب للثروة: ماهيتها، ومنظومتها من منظور معلوماتي،
كذلك عرضة لقضايا الإعلام التربوي، والعد، ومسئولياته وأهم مشكلاته،
مختصا هذه الجزئية بتأوله لقضية لتدور اللغة العربية من خلال ما يقدم في
وسائل الاتصال والإعلام.

ولقد اختتم المؤلف كتابه الممتع بتأوله قضايا الإعلام والأطفال شارحا
لطبيعة الرسالة الإعلامية المقدمة للطفل، ودور وسائل الإعلام في التنشئة
الاجتماعية للطفل، وإشباع حاجاته الأساسية، ومساهمتها في، غاية الأطفال
المُعاقين. وكيف يمكن للإعلام أن يساهم في تحسين الشباب
تُحيط بهم كخطر الإباحية الجنسية، والعنف، والإدمان.

Bibliotheca Alexandrina



0705883

16